



Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

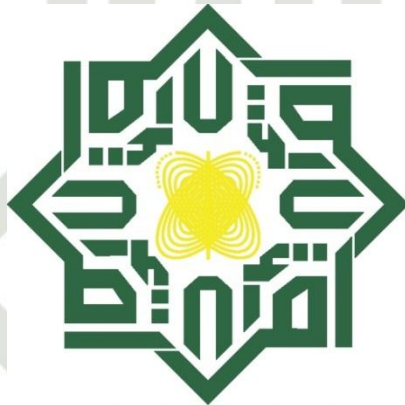
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE
CABANG PEKANBARU DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**WAHYUNI RIZKA SUMANTRA
11525201678**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2019 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

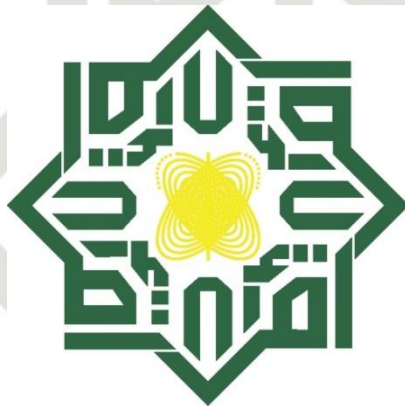
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE
CABANG PEKANBARU DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE.)
pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**WAHYUNI RIZKA SUMANTRA
11525201678**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2019 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi degan judul PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG PEKANBARU DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH, yang ditulis oleh:

NAMA : WAHYUNI RIZKA SUMANTRA

NIM : 11525201678

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 26 November 2019

Pembimbing Skripsi

Bambang Hermanto, MA
NIP: 19780214 20003 1 001

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG PEKANBARU DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”** yang ditulis oleh:

Nama : **WAHYUNI RIZKA SUMANTRA**
NIM : 11525201678
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : **Senin, 30 Desember 2019**
Waktu : **08:00 WIB**
Tempat : **Ruang Peradilan Semu Fakultas Syariah dan Hukum**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 8 Januari 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Bambang Hermanto, MA

Sekretaris
Nuryanti, SE., ME. Sy

Penguji I
Syamsulrizal, SE., M.Sc.Ak.CA

Penguji II
Nurnasrina, SE., M.Si

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.

NIP. 19580712 1986031 005

SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Wahyuni Rizka Sumantra (2019): Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh asumsi bahwa pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas atau kepuasan konsumen. Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Darbes Store. Darbes Store telah melakukan pelayanan dengan baik namun hal tersebut belum membuat konsumen puas dengan maksimal, karena masih ada juga konsumen yang mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka pesan seperti warna, ukuran, dan model. Maka dirumuskan masalah diantaranya apakah terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru, bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di Darbes Store cabang Pekanbaru. Populasi sebanyak 113 orang dengan jumlah sampel 53 orang konsumen yang menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan ditetapkan 10%, pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling acak (*Random sampling*) yang berarti bentuk sampling probabilitas dengan cara setiap sampel yang berukuran sama memiliki probabilitas atau kesempatan yang sama untuk terpilih dari populasi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, angket, studi pustaka dan dokumentasi. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode *deskriptif kuantitatif* yaitu melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji analisis persamaan regresi linear sederhana, uji parsial t, uji koefisien dan determinasi.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan Darbes Store. Berdasarkan uji regresi linear sederhana yaitu $Y = 0,838 + 0,307X$ artinya jika pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan bernilai 0,838, sedangkan nilai koefisien regresi pelayanan sebesar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

0,307 artinya setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan pelayanan sebesar 0,307 dengan variabel lain tetap. Berdasarkan uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $20,061 > 2,00758$ dengan nilai signifikan sebesar 0,05 yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak, diketahui bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan uji R sebesar 0,942, artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang sangat kuat. Menurut tinjauan ekonomi syariah tentang Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store Cabang Pekanbaru tidak bertentangan dengan prinsip Ekonomi Syariah.

Kata Kunci: *Pelayanan, Kepuasan Konsumen*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ هُوَ رَسُولُهُ. أَمَّا بَعْدُ

Dengan segala keridhaan hati penulis bersyukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, pertolongan, kesehatan, kesempatan, kenikmatan serta limpah kasih sayang-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya sholawat beserta salam penulis ucapkan kepada seorang tokoh yang membawa umat manusia dari alam yang gelap akan ilmu kepada alam yang terang menderang akan ilmu saat ini, yaitu Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah**, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S. E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil dan pemikiran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Ayahanda M. Yusuf Emir dan Ibunda tercinta Juni Ariati yang telah bersusah payah dan mendidik penulis mulai dari kecil sampai sekarang ini serta mendoakan penulis dalam meraih cita-cita dan Do'a dan ridha dari ayahanda dan ibundalah yang selalu penulis harapkan. serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan motivasi hidup yang sangat luar biasa sehingga hati ini terus berjuang dalam mencapai keinginan dan cita-cita.
2. Rektor UIN Suska Riau Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag, beserta wakil Rektor I, II dan III yang telah berjasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska.
3. Dekan Fakultas Syariah Dr. H. Hajar, M. Ag beserta Wakil Dekan I, II dan III yang telah memberikan kemudahan selama penulis melakukan perkuliahan serta proses pengajuan judul ini.
4. Bapak Bambang Hermanto, M. Ag selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bapak Darmawan Tia Indrajaya M. Ag, selaku penasehat akademik penulis selama penulis menjalani perkuliahan di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Bambang Hermanto, M. Ag selaku Dosen Pembimbing skripsi yang memberikan bimbingan, motivasi, saran dan koreksi serta telah menyediakan waktunya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen beserta staff di Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
8. Kepala dan staff perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bantuan dan pelayanan sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak pimpinan Ferry Firmasnyah Daulay S. Pd dan karyawan serta konsumen Darbes Store Jl. Garuda Sakti KM 2 Perumahan UNRI Blok A89 Pekanbaru yang telah banyak memberikan data dan informasi serta telah meluangkan waktunya dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang telah membantu dan memotivasi dalam pembuatan skripsi ini.
11. Sahabatku tersayang kakak Putri Ramadhani, Wulan Wal Asih, Tiurma Sari Sitorus, Dahliana, Siti Aisyah, Tedi Putra, Ahmad

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faisal, Nurul Hadiqotul Jannah, Maulida Sari Harahap, Nur Winda Kasih, Rusdiana yang telah membantu dan menemani serta mejadi motivator dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kita semua sukses dalam menggapai cita-cita.

Demikianlah, semoga tulisan ini mampu memberikan manfaat bagi kita semua. Semua kebaikan dan kebenaran hanya milik Allah Azza Wa Jalla. Atas bantuan, bimbingan dan dorongan beserta do'anya, penulis ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 14 November 2019

Penulis,

Wahyuni Rizka Sumantra

NIM. 11525201678

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Hipotesis.....	11
E. Metode Penelitian	11
F. Kerangka Pemikiran.....	21
G. Tinjauan Terdahulu	22
H. Metode Penulisan.....	23
I. Operational Variabel	23
J. Sistematika Penulisan	24
BAB II	GAMBARAN UMUM DARBES STORE
A. Sejarah Berdirinya Darbes Store.....	27
B. Struktur Organisasi	30
C. Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Bagian.....	31
D. Visi dan Misi Darbes Store	33
BAB III	LANDASAN TEORI
A. Pelayanan	34
B. Kepuasan Konsumen.....	49
C. Jual Beli.....	63
D. Pengertian Jual Beli Online.....	77
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Karakteristik Responden	85
B. Analisis Data	91



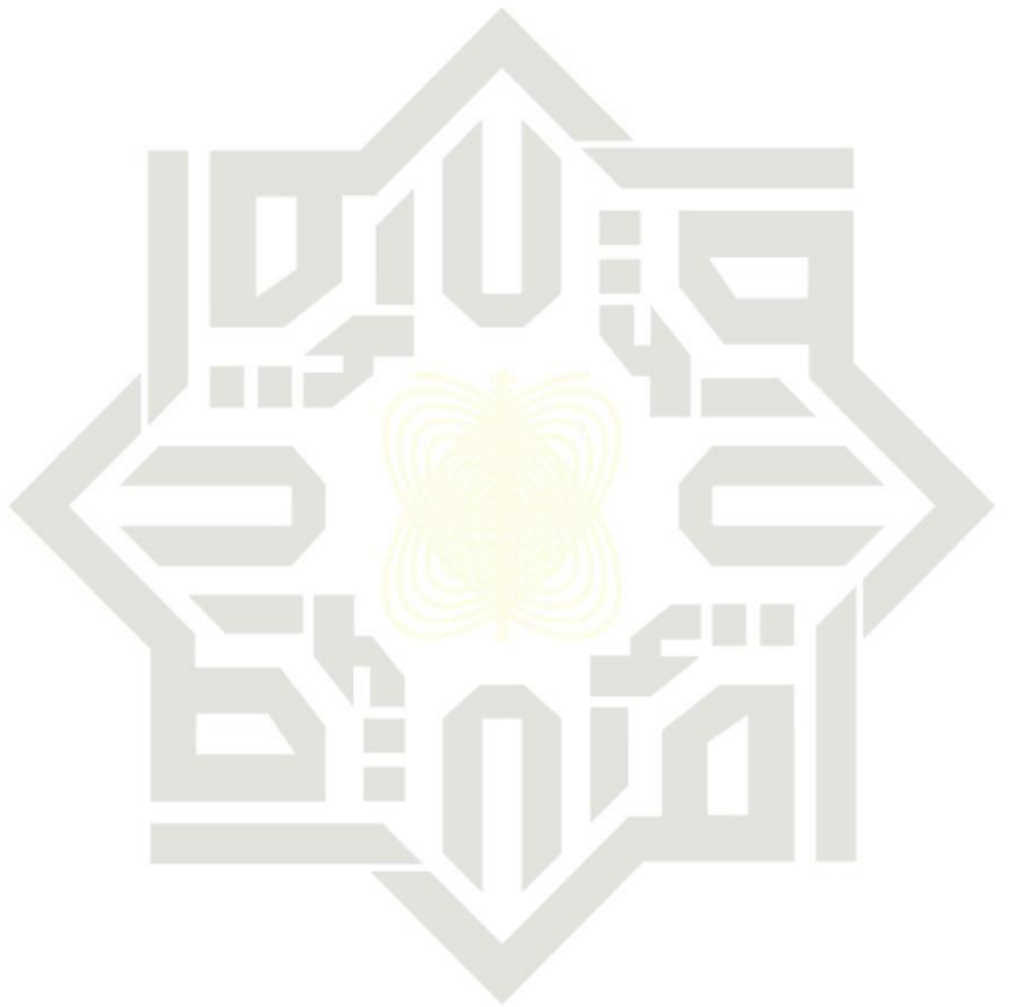
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

DAFTAR PUSTAKA

C. Tinjauan Ekonomi Syariah	101
PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Karyawan Darbes Store Pekanbaru Tahun 2019.....	6
Tabel 1.2	Laporan Bulanan Penjualan Pakaian Di Darbes Store Pekanbaru 6 bulan terakhir (Oktober 2018-Maret 2019).....	7
Tabel 1.3	Skala Pengukuran	17
Tabel 1.4	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 1.5	Defenisi Operational Variabel	24
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis pekerjaan.....	87
Tabel 4.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variable Pelayanan	88
Tabel 4.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variable Kepuasan Konsumen	90
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	92
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.8	Reliability Statistics	94
Tabel 4.9	Tabel uji normalitas	95
Tabel 4.10	Hasil Uji Auto Korelasi	97
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi sederhana.....	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Parsial (Uji T).....	100
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi (R^2).....	100

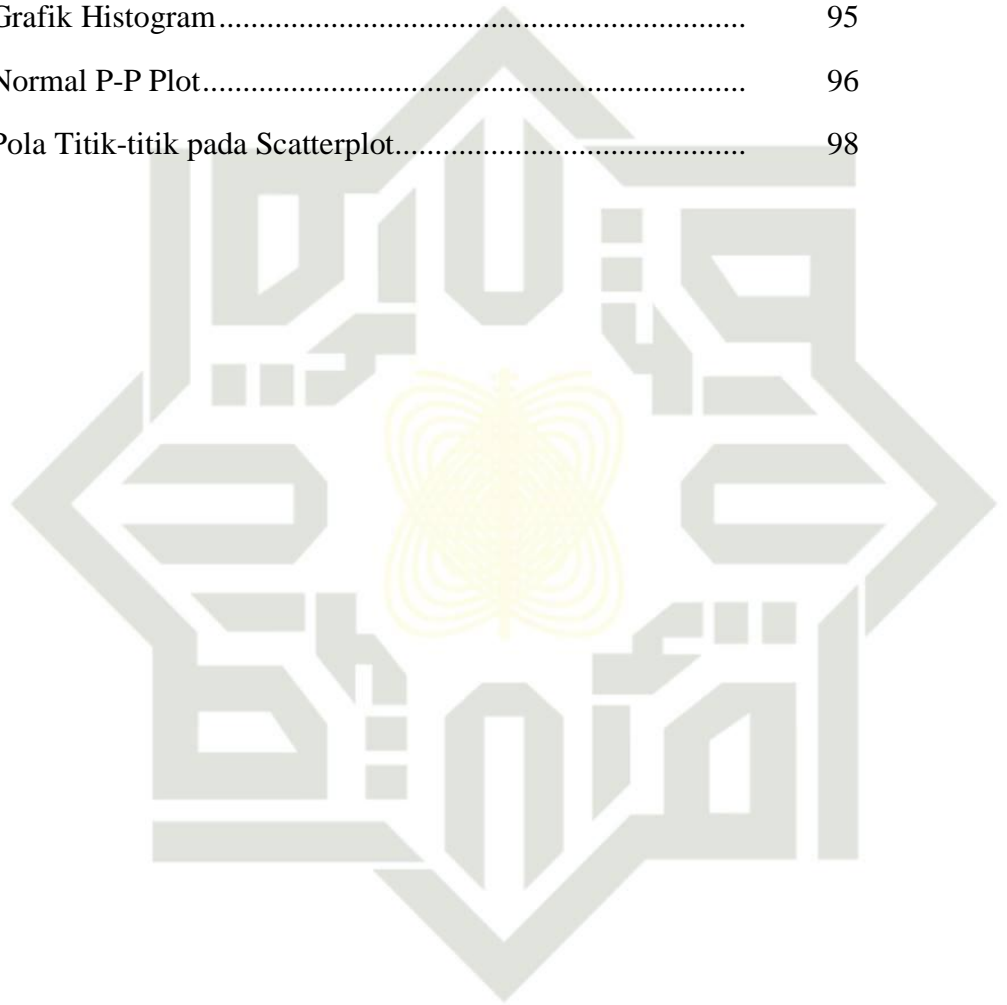


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	22
Gambar 2.1	Skema Terjadinya Penjualan	28
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Darbes Store Pekanbaru	31
Gambar 4.1	Grafik Histogram.....	95
Gambar 4.2	Normal P-P Plot.....	96
Gambar 4.3	Pola Titik-titik pada Scatterplot.....	98



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang transaksi jual beli sudah menggunakan media sosial (*online*) atau sering juga disebut *e-commerce*. *E-commerce* merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu perdagangan yang melintasi batas negara, tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang dipergunakan internet. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan konsumen karena mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang dan jasa tetapi di sisi lain pelanggaran akan hak-hak konsumen sangat sering terjadi karena karakteristik *e-commerce* yang khas.

Keberadaan internet telah memberikan pilihan baru bagi konsumen dalam melakukan pembelanjaan. Konsumen kini mampu membeli berbagai macam produk, baik berupa barang maupun jasa melalui internet kapanpun dan dimana pun. Belanja melalui internet atau secara online, memberikan berbagai macam keuntungan bagi konsumen diantaranya seperti kenyamanan baru dalam berbelanja, penghematan waktu, kemudahan dalam membandingkan produk dengan cepat dan juga lebih banyaknya pilihan untuk membeli berbagai macam produk.

Melihat kondisi perekonomian saat ini, jual beli tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Jual beli merupakan cara yang baik dalam upaya memenuhi hajat hidup manusia, sebab

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

seseorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh suatu yang berguna dari orang lain sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Pelayanan dalam Bahasa Inggris adalah *service*, Moenir mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu di mana tingkat pemuasannya hanya dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.¹

Memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan *image* yang baik di mata konsumen. Pelayanan yang dimaksud dari pelayanan sewaktu menawarkan produk atau jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan lain sebagainya.²

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan diantaranya adalah bentuk fisik pelayanan (*Tangibility*), memberikan perhatian yang tulus (*Empathy*), ketanggapan (*Responsiveness*), kehandalan (*Reability*), dan jaminan (*Assurance*).³

¹ Moenir, A.S, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 26-27

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 21

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 197

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ada beberapa aspek yang turut kita pertimbangkan yaitu kualitas. Untuk bisa bersaing pada skala global kita harus menerapkan orientasi kualitas baru. Sebagai contoh, peningkatan kualitas yang digerakkan oleh konsumen yang semakin meningkat tak luput dari turut andilnya semua karyawan, jadi tidak hanya andil manajer saja yang turut ikut berpartisipasi dalam usaha perbaikan kualitas dan merangkul metode baru untuk mengukur kemajuan secara objektif.⁴

Pengelolaan kualitas pelayanan perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu kebutuhan konsumen, *service quality leadership*, *quality measurement* menentukan *longterm return to stakeholder*, kemampuan merubah sesuatu yang sulit untuk diidentifikasi dipahami dan dicapai dalam kondisi lingkungan bisnis yang kompetitif, *producing and delivering to fixed requirement and variable requirement*, dan mengelola stratifikasi pelayanan dan perubahan dalam situasi pelayanan.⁵

Dimana, kualitas pelayanan merupakan atribut global perusahaan dan merupakan pertimbangan pelanggan terhadap keberhasilan atau superioritas perusahaan secara menyeluruh.⁶ Oleh karena itu, pelayanan merupakan salah satu faktor yang bisa membedakan perusahaan satu dengan yang lainnya. Apabila bisnis tumbuh dan berkembang dan tetap bertahan dalam persaingan,

⁴ Darni, SP., MBA, *Pengantar Bisnis*, (Pekanbaru, Benteng Media, 2014), h. 136

⁵ Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005), h. 88

⁶ Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 205



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

keuntungan dan pendapatan juga akan terus meningkat. Oleh karena itu pelanggan yang prima adalah hal yang sangat penting.⁷

Melakukan transaksi dalam jual beli seorang penjual perlu memperhatikan kepuasan pelangan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyediaan jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan yang lain. Menurut sebuah *research*, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3-5 orang kawan-kawannya. Tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10-15 lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan bersangkutan.⁸

Jika Darbes Store mampu memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, maka persepsi konsumen terhadap Darbes Store akan baik. Dalam memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai, perusahaan dituntut untuk memahami harapan konsumen serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, jika konsumen cenderung membandingkan dengan pelayanan dari perusahaan.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan sangatlah bergantung pada proses interaksi atau waktu dimana pelanggan dan penyediaan jasa bertemu karena salah satu sifat jasa, proses konsumsi dan produksi berlangsung secara bersamaan atau paralel. Kepuasan pelanggan akan

⁷ Sopiah, *Salesmanship*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 168

⁸ Syafrizal Helmi Situmorang, *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h. 127

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

ditentukan oleh ratusan, bahkan ribuan interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa.⁹

Pelanggan yang tidak mendapatkan kepuasan akan meninggalkan perusahaan dan bahkan tidak akan pernah kembali. Pelanggan lebih memilih berganti produk atau merek karena tidak puas dengan produk yang ada, munculnya produk lain yang lebih baik, pengaruh teman atau kerabat, pelanggan benar-benar pindah merek, ketidakpuasan terhadap perilaku pemilik, manajer, atau karyawan perusahaan. Jika terdapat satu pelanggan kecewa maka seratus pelanggan pergi.¹⁰

Memenuhi keinginan pelanggan sebagai upaya memberikan kepuasan pelanggan membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus untuk merumuskan apa yang diinginkan pelanggan. Produk bermutu tinggi, harga murah, pengiriman yang cepat, memuaskan pelanggan, citra perusahaan baik, dan dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat mendadak adalah harapan pelanggan yang diharapkan dari produk yang dibeli.

Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal. **Pertama**, mengidentifikasi siapa pelanggannya. **Kedua**, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. **Ketiga**, memahami strategi kualitas layanan pelanggan. **Keempat**, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.¹¹

⁹ Dr. Ir. Yudi Pramudiana, MM., MT. Dkk, *Business Plan*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2016), h. 71

¹⁰ Lina Anatan, *Service Excellence Competing Trough Comptitiveness*, (Bandung, Alfabeta, 2008), h. 77

¹¹ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, h. 129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Darbes Store merupakan toko pakaian yang bergerak secara online untuk melayani konsumen dalam hal pembelian berbagai macam pakaian seperti pakaian pria, pakaian wanita, dan pakaian anak-anak. Darbes Store sudah berdiri sejak 2014, di Jalan Gegerkalong Girang, Kecamatan Sukasari, kota Bandung, dan sekarang sudah memiliki 2 kantor cabang yang terletak di Riau (Pekanbaru) dan Sumatera Utara (Kisaran). Darbes Store Pekanbaru telah mempekerjakan 6 orang karyawan.¹² Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel. 1.1
Data Karyawan Darbes Store Pekanbaru
Tahun 2019

No	Nama	Jabatan
1.	Kurniawan Anugrah	Lapangan
2.	Agung prasetio	Lapangan
3.	Wulan Zein	Posting Barang
4.	Tini	Admin
5.	Anita	Admin
6.	Defi	Admin

Sumber : Darbes Store Pekanbaru, tahun 2019

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa Darbes Store telah memiliki 2 orang karyawan di bagian lapangan, 1 orang posting barang, dan 3 orang admin. Mereka bekerjasama dalam hal memberi pelayanan terbaik kepada setiap konsumen yang membeli barang-barang Darbes Store.

Dalam hal ini perusahaan yang bergerak di bidang jasa penjualan Online pakaian Darbes Store harus mampu memberi pelayanan terbaik kepada

¹² Ferry Firmansyah Daulay (Pimpinan Darbes Store), *Wawancara*, Darbes Store Pekanbaru Jl. Garuda Sakti km 2 Perumahan UNRI Blok A 89, tanggal 3 April 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

konsumen, dan mampu meyakinkan konsumen bahwa kepercayaan adalah kunci bisnis ini.

Menurut pimpinan Darbes Store dalam 6 bulan terakhir pembelian pakaian mengalami peningkatan penjualan, hal ini dapat dilihat dari bukti laporan pembelian setiap bulannya. Sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2
Laporan Bulanan Penjualan Pakaian Di Darbes Store Pekanbaru
6 bulan terakhir (Oktober 2018-Maret 2019)

No	Bulan	Pembelian	Jumlah Perubahan
1.	Oktober 2018	785 Pcs	-
2.	November 2018	869 Pcs	84
3.	Desember 2018	1262 Pcs	393
4.	Januari 2019	897 Pcs	365
5.	Februari 2019	915 Pcs	18
6.	Maret 2019	943 Pcs	28
Total		5671 pcs	888

Sumber : Darbes Store Pekanbaru 2018-2019

Data penjualan diatas menunjukkan bahwa jumlah penjualan dari bulan Oktober sampai Desember mengalami kenaikan yang signifikan, terutama pada bulan Desember. Hal ini, dikarenakan beberapa faktor yang salah satunya adalah diskon di akhir tahun. Pada bulan Januari jumlah penjualan turun secara drastis namun meningkat lagi pada bulan-bulan berikutnya.

Sebagai toko yang bergerak di bidang online, bahwa sering terjadi beberapa masalah yang terjadi di konsumen, seperti produk yang tidak sesuai dengan spesifik kebutuhan konsumen, ketidakmampuan mendeskripsikan produk secara detail, serta sering terjadinya keterlambatan pengiriman yang terjadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk itu penulis langsung melakukan wawancara dengan salah satu konsumen yang merasa tidak puas atas pelayanan dalam jual beli secara online yaitu Diana sebagai berikut :

Pada awalnya Diana berteman di *Facebook* dengan penjual secara online dengan nama Darbes Store. Lalu Darbes Store penjual pakaian tersebut mengupload foto-foto pakaian yang sangat menarik perhatian dan tertulis jelas dibawah foto tersebut informasi jenis, bahan, warna, dan harga pakaian. Diana pun tertarik untuk membelinya, dan meminta keterangan secara detail pakaian tersebut melalui tab komentar yang tersedia dibawah foto. Pada akhirnya Diana membeli sweater tersebut sebanyak 3 Pcs.

Rabu 7 Maret 2018 terjadi akad jual beli secara online dengan Darbes Store tersebut dengan kesepakatan uang dibayar dimuka dengan harga yaitu Rp300.000, dan datang barang 3 hari setelah pengiriman uang. Dan pada besok paginya uang pun d transfer ke nomor ke rekening resmi Darbes Store sebesar nominal yang diarahkan oleh admin. Beberapa hari kemudian barang sampai di tanggal 11 Maret 2018 dengan jenis sweater. Ketika Diana menerima barang tersebut, beliau sangat kecewa disebabkan, ternyata barang yang di order berbeda dengan yang sampai, mulai dari motif, dan ukurannya sama sekali tidak sesuai dengan yang di harapkan.¹³

Berdasarkan data yang didapat banyak fenomena yang dijumpai, namun jumlah penjualan tetap mengalami peningkatan apalagi ketika hari-hari

¹³ Diana (Konsumen Darbes Store cabang Pekanbaru), *Wawancara*, Darbes Store Pekanbaru, Jl garuda Sakti KM 1 No 114, Pekanbaru, tanggal 4 April 2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

besar. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka hal yang menarik untuk diteliti adalah sebagai usaha yang bergerak dijual beli online bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak Darbes Store dalam memberikan kepuasan konsumen. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang judul **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”**.

B. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penulisan ini, perlu di adakan batasan masalah yang hanya pada pembahasan seputar **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.”**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru?

- b. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store Cabang Pekanbaru?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui lebih dalam pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah tentang pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian ini sebagai media informasi di kalangan pedagang pada khususnya dan masyarakat pada umumnya tentang jual beli secara online ditinjau menurut konsep Ekonomi Syariah di Darbes Store cabang Pekanbaru.
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.
- c. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program SI Ekonomi Syariah (SE) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹⁴ Berdasarkan kerangka pemikiran diatas , maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh yang positif dan kuat antara Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan kuat antara Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk

¹⁴ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 1999) h.64

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipahami dan disimpulkan.¹⁵ Analisis kuantitatif menggunakan angka-angka dalam mendeskripsikan yang terjadi dilapangan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Darbes Store cabang Pekanbaru, Garuda Sakti KM 2, Perumahan UNRI Blok A 89. Alasan penulis memilih lokasi ini karena penulis melihat di lapangan, meskipun sering terjadi beberapa masalah yang terjadi di konsumen, seperti produk yang tidak sesuai dengan spesifik kebutuhan konsumen, ketidakmampuan mendeskripsikan produk secara detail, serta sering terjadinya keterlambatan pengiriman barang, akan tetapi konsumen tetap meningkat dalam memesan barang di Darbes Store.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek dalam penelitian ini konsumen yang membeli barang di Darbes Store cabang Pekanbaru.

b. Objek

Yang menjadi objek penelitian ini adalah pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok unsur atau elemen yang dapat berbentuk manusia atau individu, binatang, tumbuh-tumbuhan, lembaga

¹⁵ Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h. 6-7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau institusi, kelompok, dokumen, kejadian, sesuatu hal, gejala, atau berbentuk konsep yang menjadi objek penelitian.

Sampel adalah sebagian saja dari seluruh jumlah populasi, yang di ambil dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat di anggap mewakili seluruh anggota populasi.¹⁶

Dalam pengambilan data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah konsumen Darbes Store cabang Pekanbaru dalam 6 bulan terakhir berjumlah 113 orang (konsumen pada tahun 2018-2019).¹⁷ Untuk menetapkan ukuran jumlah sampel konsumen, penulis menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan (0.1)

Maka banyaknya sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{113}{1+113.(0.1)^2}$$

$$n = 53,05 \text{ (dibulatkan menjadi 53)}$$

¹⁶ *Ibid*, h. 132

¹⁷ Ferry Firmansyah Daulay (Pimpinan Darbes Store), *Wawancara*, Darbes Store Pekanbaru Jl. Garuda Sakti km 2 Perumahan UNRI Blok A 89, tanggal 3 April 2019

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari rumus Slovin di atas mendapatkan hasil sampel untuk konsumen berjumlah 53 orang, Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (*random sampling*). *Random sampling* (sampling acak), yaitu bentuk sampling probabilitas dengan cara setiap sampel yang berukuran sama memiliki probabilitas atau kesempatan yang sama untuk terpilih dari populasi.¹⁸

5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.¹⁹

- a. Data primer yaitu data yang secara langsung berhubungan dengan responden, dan penyebaran angket kepada responden. Sumber dari data primer adalah konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.
- b. Data sekunder yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yang dilakukan yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku-buku penunjang dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

¹⁸ Mahmud dan Pupuh Fathurahman, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 162

¹⁹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008), h. 103

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah cara atau teknik untuk mendapatkan informasi atau data dari *interview* atau responden dengan wawancara secara langsung *face to face*, antara *interviewer* dengan *interviewee*.

b. Angket

Metode angket ini dapat dipergunakan apabila responden bersedia untuk menjawab, atau responden memiliki kemampuan untuk menjawab.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu kegiatan pengumpul data dan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, yang memuat berbagai macam kajian teori yang sangat dibutuhkan, majalah, naskah, kisah sejarah dan dokumen.

7. Teknik Analisa Data

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penulis memperoleh data dengan cara menyebar angket atau kuisioner kepada 53 orang responden yang di jadikan sampel dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode Kuantitatif merupakan Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.²⁰

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yakni variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X), yakni pelayanan, dan variabel terikat disimbolkan dengan huruf (Y), yakni kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.

. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisa Deskriptif

Yaitu suatu metode dimana data yang di peroleh, disusun, dikelompokkan, dianalisis kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran untuk menjelaskan hasil perhitungan.

Data dari kuisioner yang telah diisi oleh responden, kemudian diringkas atau direkapitulasi, menyangkut semua variabel yang diteliti,

²⁰Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012), h. 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik berupa distribusi frekuensi maupun persen distribusi frekuensi. Kemudian data tersebut direkap ke dalam sebuah tabel untuk kembali diinterpretasikan guna menarik kesimpulan.

Pengukuran variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini diatur dengan skala likert. Skala ini mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5 varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1.3
Skala Pengukuran

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur.²¹ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuisioner. Tinggi rendahnya validitas suatu angket atau kuisioner dihitung dengan menggunakan metode

²¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Grafindo, 2009), h. 59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Korelasi *Product Moment*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada tabel nilai r, dengan taraf signifikan 5% dari jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* lebih besar dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan valid.

Jadi jika nilai koefisien korelasi bernilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid, demikian pula sebaliknya.²²

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Semua item yang valid akan dilakukan *uji reliabilitas*, yaitu pengujian yang bertujuan untuk melihat tingkat kehandalan dari item yang valid dalam menentukan variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai *alpha cronbach* dengan 0,6 kriteria pengujian adalah :²³

- a) Jika $\alpha_{cronbach} \geq 0,6$ maka reliabilitas/handal.
- b) Jika $\alpha_{cronbach} \leq 0,6$ maka tidak reliabilitas/tidak handal.

²² Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 117

²³ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial :Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), ed. 1, cet ke-1, h. 8

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.²⁴

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai periode sesudahnya. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut²⁵:

1. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 atau $DW < -2$
2. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
3. Terjadi autokorelasi negative jika nilai DW di atas -2 atau $DW > -2$

5. Uji Heteroskendastisitas

Uji heteroskendastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians

²⁴ Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, h. 33

²⁵ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), h. 197

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas.²⁶

6. Uji Hipotesis Penelitian

Pembuktian Hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut:

1. Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlihat di dalamnya hanya dua, yaitu satu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X.²⁷ Analisis ini dimaksudkan untuk menguji data tentang pengaruh antar variabel bebas (X) yaitu setiap variabel pada kreabilitas pelayanan, dengan variabel (Y) yaitu kepuasan konsumen. Dalam hal ini menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Setiap Variabel pada Kualitas Pelayanan

2. Uji Parsial (Uji t)

²⁶ Husein Umar, *Op. Cit.*, h. 179

²⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010),

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Korelasi (r) dan Determinasi

Korelasi merupakan suatu hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.²⁸ Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5%.

Kriteria pengujian :

- a) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima
- b) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima

Koefisien determinasi menjelaskan tentang seberapa besar kemampuan variabel bebas berkontribusi terhadap variabel terikat.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian sangat penting untuk mengembangkan secara tepat objek yang akan diteliti dan untuk memberikan suatu gambaran yang jelas dan sistematis. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru. Untuk lebih mempermudah dalam memahami konsep dalam penelitian ini, maka dapat dilihat pada gambar berikut:

²⁸ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2009), Cet. 9, h. 33

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G Tinjauan Terdahulu

Tabel I.4
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tri Hastuti Handayani, 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo", Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai penerbangan Garuda Indonesia Kota Solo. Semakin positif kualitas pelayanan dan harga akan diikuti dengan kepuasan pelanggan maskapai penerbangan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan dan harga negatif, maka kepuasan pelanggan akan menurun.
2	Yuliana, 2015. "Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Dr. Laundry di kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru).	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 71% dan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan nilai korelasi 0,841. Kualitas pelayanan pada tempat penelitian ini telah sesuai dengan prinsip Islam.
3	Oecha Veronika, 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Griya iB Hasanah di Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah Cabang Pekanbaru	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 76,8% dan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dengan nilai korelasi 0,876. Kualitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		pelayanan terhadap kepuasan nasabah Griya iB sudah sesuai dengan syariah Islam.

H. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deduktif yaitu dengan mengumpulkan data-data yang bersifat umum selanjutnya diuraikan kepada yang lebih khusus.

I. Operational Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah pelayanan (X).

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel I. 6
Defenisi Operational Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pelayanan (X)	Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas. ²⁹	1. <i>Tangibels</i> (bukti langsung) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tangkap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empaty</i> (kepedulian) ³⁰
2	Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Philip Kotler bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan”. ³¹	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesedian merekomendasikan

J. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat di pahami secara baik dan utuh, maka di susun secara sistematis. Penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesis, metode penelitian, kerangka

²⁹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 6

³⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 197

³¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Loc. Cit.*, h. 193

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemikiran, tinjauan terdahulu, metode penulisan, operasional variabel dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DARBES STORE

Bab ini menjelaskan tentang sejarah berdiri Darbes Store, struktur organisasi, uraian tugas masing-masing karyawan, visi dan misi, Darbes Store.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan tentang uraian dari teori penelitian yang berkenaan dengan : pelayanan, pengertian pelayanan, tujuan pelayanan, jenis pelayanan, indikator pelayanan, tinjauan ekonomi syariah tentang pelayanan, pengertian kepuasan konsumen, aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen, indikator kepuasan konsumen, tinjauan ekonomi syariah tentang kepuasan konsumen, pengertian jual beli, syarat rukun jual beli, dasar hukum jual beli, macam-macam jual beli, pengertian jual beli online, tinjauan ekonomi syariah tentang jual beli online.

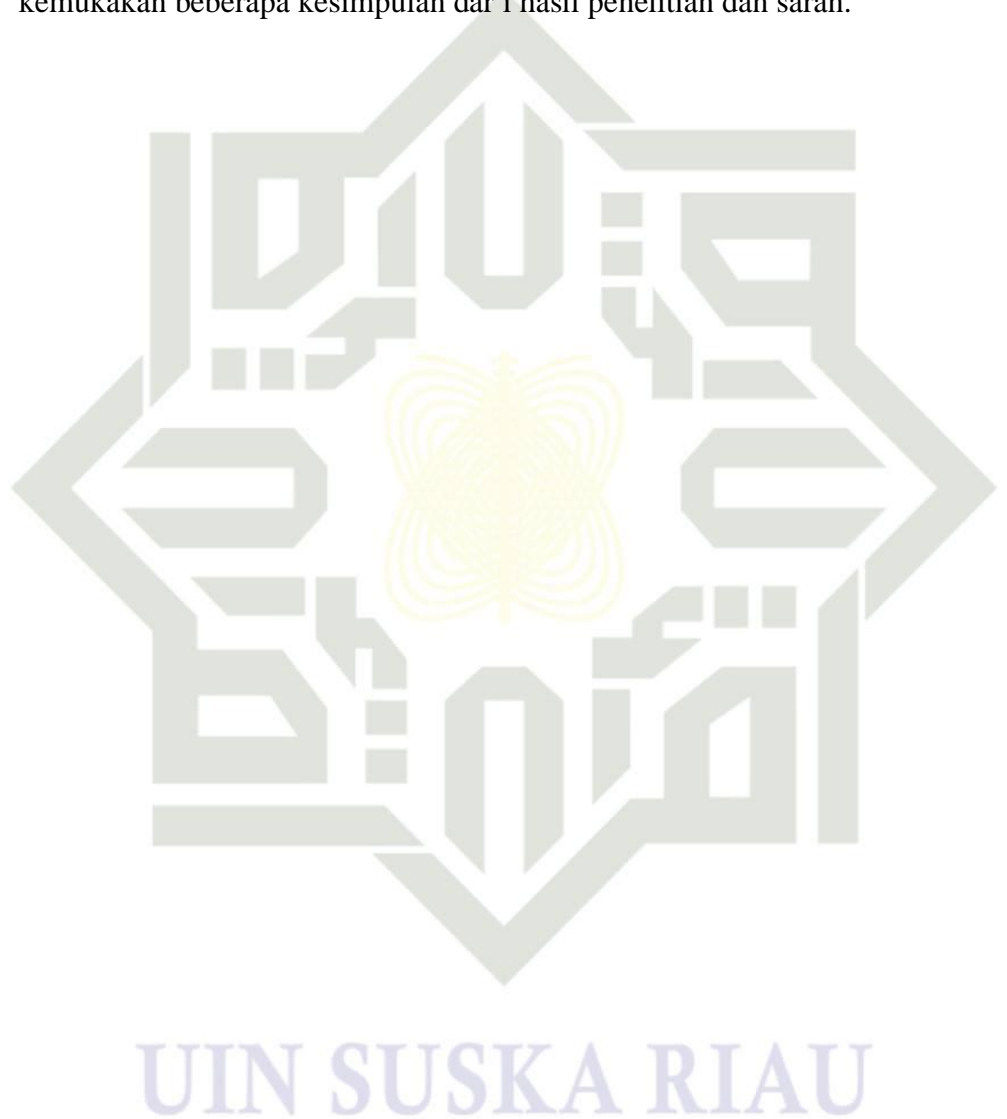
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian, yang terdiri dari pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap

pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online Darbes Store cabang Pekanbaru.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup, dimana pada bab ini akan di kemukakan beberapa kesimpulan dan i hasil penelitian dan saran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM DARBES STORE

A. Sejarah Berdirinya Darbes Store

Darbes Store merupakan usaha perorangan yang bergerak dalam bidang penjualan barang-barang kebutuhan *sekunder* seperti baju, sepatu dan pakaian lainnya. Pada awal pendiriannya, usaha ini di dorong oleh adanya peluang atau kesempatan (*opportunity*) yang terbuka dengan semakin banyaknya masyarakat memiliki *Android* untuk mengakses berbagai informasi yang ada. Adanya perubahan pola berbelanja masyarakat yang sudah mulai jenuh berbelanja terus-menerus di pasar tradisional ditambah pula dengan keinginan mencoba pola berbelanja secara online.

Darbes Store merupakan toko pakaian yang bergerak di bidang online.

Darbes Store sudah berdiri sejak tahun 2014 sampai dengan sekarang, di Jalan Gegerkalong Girang, kecamatan Sukasari, kota Bandung dan sekarang sudah memiliki 2 kantor cabang.

Pemilik Darbes Store ini adalah Ferry Firmansyah Daulay S. Pd. Darbes Store cabang Pekanbaru terletak di Jalan Garuda Sakti KM 2 Perumahan UNRI Blok A89 kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Pada awalnya Darbes Store ini beraktifitas dengan cara tradisional. Namun sejalan dengan kemajuan teknologi dan informasi, bertransaksi telah dipermudah dengan adanya layanan-layanan dari fasilitas di berbagai kemajuan teknologi tidak terkecuali media informasi dan komunikasi, di

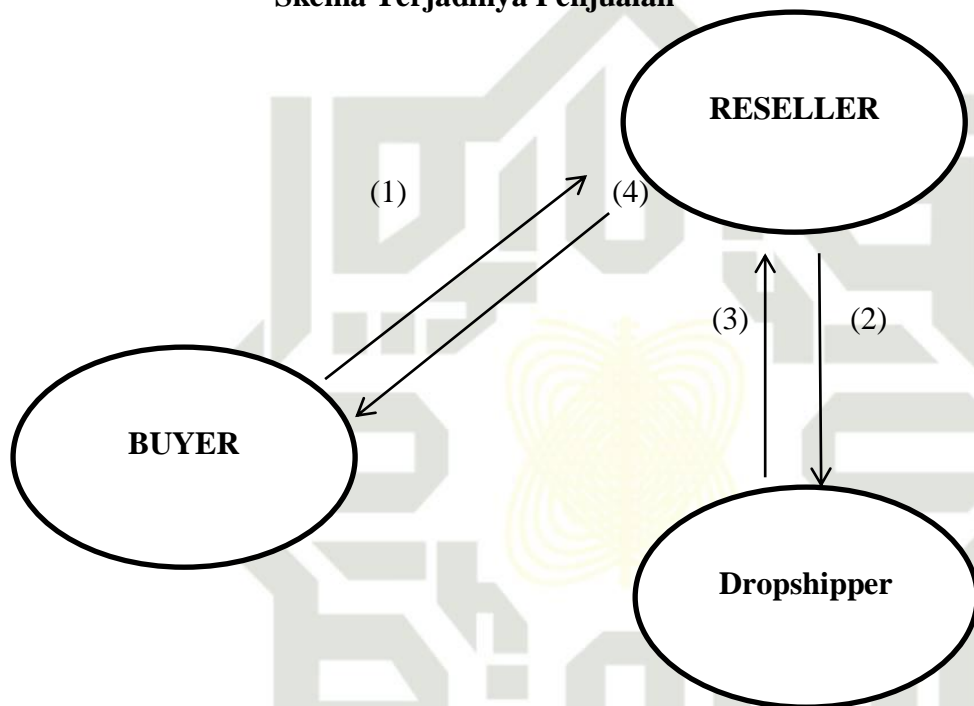
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antaranya melalui fasilitas internet. Darbes Store pun beralih menjadi jual beli secara online. Situs yang di pakai Darbes Store adalah situs jejaring sosial seperti www.darbesstore.com, facebook, line dan semacamnya.³¹

Skema terjadinya penjualan yaitu :

Gambar 2.1
Skema Terjadinya Penjualan



Sumber: *Darbes Store Pekanbaru*

Tahap pertama mekanisme transaksi jual beli secara online di Darbes Store itu sendiri yaitu dengan cara konsumen (*buyer*) mencari produk atau jasa yang diinginkan lewat browsing pada situ-situs Darbes Store. Melalui online katalognya, konsumen (*buyer*) kemudian memilih barang yang ingin dibelinya. Konsumen kemudian dihadapkan dengan sebuah halaman yang berisi berbagai informasi barang tersebut serta proses pembayaran yang ingin

³¹ Ferry Firmansyah Daulay, Wawancara, Pekanbaru, tanggal 1 Juli 2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dilakukan. Kemudian apabila konsumen tertarik untuk membelinya, konsumen (*buyer*) bisa pesan langsung dengan reseller (*penjual*). Pembayaran dilakukan dengan, kartu kredit, kartu debit dan sebagainya dengan cara mengisi biodata seperti nama lengkap, alamat, nomor telepon, kode pos.

Tahap kedua yaitu apabila barang belum ada pada reseller (*penjual*), reseller pesan kepada pemilik Darbes Store (*dropshipper*). Apabila barang sudah ada, penjual (*reseller*) langsung mengirimnya kepada pembeli (*buyer*).

Tahap ketiga yaitu *Dropshipper* (pemiliki Darbes Store) inilah yang melakukan pemaketan, pengiriman barang ke penjual (*reseller*).

Tahap keempat yaitu penjual (*reseller*) langsung mengirimnya kepada pembeli (*buyer*) dan *buyer* mengirimkan uang nya sebagai pelunasan.³²

Keterangan: Ada 3 pihak yang terlibat dalam transaksi di atas yaitu:

1. Dropshipper

Dia adalah pihak pemilik barang, baik produsen, toko, maupun agen barang.

2. Reseller

Penjual online yang menawarkan barang orang lain kepada konsumen.

3. Buyer

Konsumen yang membeli barang dari reseller.

³² Ibid

B. Struktur Organisasi

Perkembangan dalam berbagai bidang pada beberapa tahun terakhir menjadikan organisasi-organisasi mengadakan perubahan ataupun pembaruan terhadap bentuk struktur organisasinya. Berbagai desain struktur organisasi dimaksudkan untuk memberikan solusi yang paling mendukung dan mudah secara efektif dan efisien bagi anggotanya untuk melakukan kegiatan organisasinya.³³

Pada suatu organisasi, pembagian tugas, penetapan kedudukan, pembatasan wewenang, dan kekuasaan sangat penting. Dengan demikian akan diketahui siapa yang bertanggung jawab dan kepada siapa harus dipertanggung jawabkan. Struktur organisasi perusahaan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang bersangkutan.

Struktur organisasi yang baik adalah organisasi yang memenuhi syarat sehat dan efisien, yang berarti tiap satuan organisasi dapat menjalankan peranannya masing-masing dan dapat mencapai perbandingan yang baik antara usaha dan jenis kerja. Sementara itu untuk dapat menyusun suatu organisasi yang baik diperlukan beberapa azas atau prinsip pokok organisasi, yaitu:

1. Perumusan tujuan organisasi yang jelas
2. Harus ada satuan komando
3. Harus ada pembagian tugas kerja yang baik
4. Harus ada pelimpahan wewenang dan tanggung jawab yang wajar

³³ Prof. Dr. Veithzal Rivai, M. B. A Dkk, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta, pt raja Grafindo Persda, 2010), Cet ke-7, h. 357

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

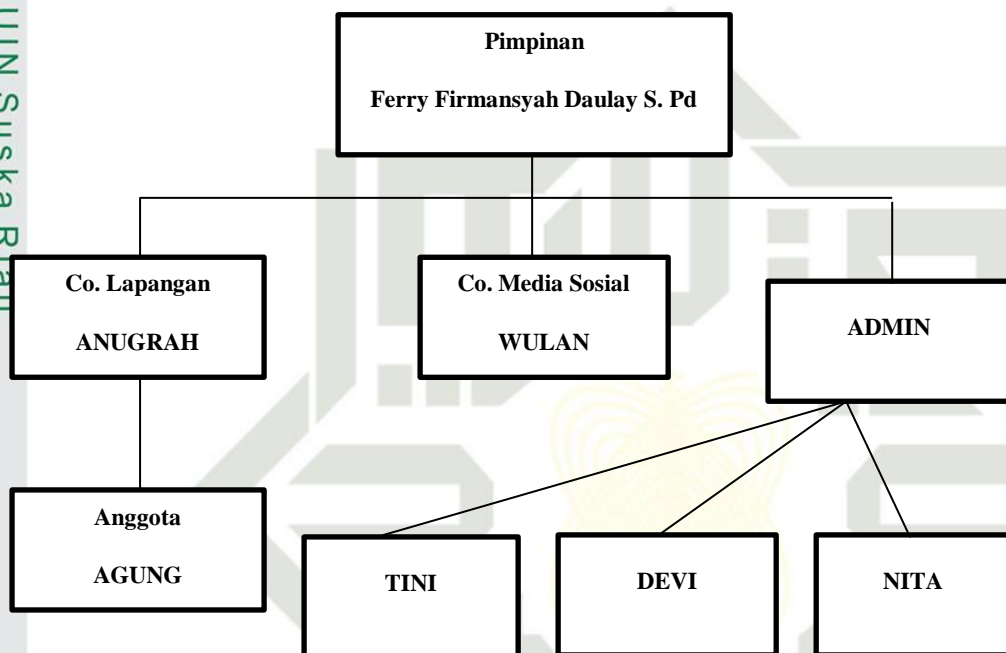
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5. Harus ada tingkat pengawasan dan koordinasi

Untuk lebih jelas mengenai struktur organisasi perusahaan pada Darbes

Store dapat dilihat pada bagian berikut ini:

Gambar 2.2
Struktur Organisasi Darbes Store Pekanbaru



Sumber: *Darbes Store Pekanbaru*

C. Tugas dan Tanggung Jawab Setiap Bagian

1. Pimpinan

Bertindak sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan, yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas usaha, pimpinan bertugas menentukan arah kebijakan umum sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun tugas dari pimpinan yaitu:³⁴

³⁴ Ferry Firmansyah Daulay, *Wawancara*, Pekanbaru, tanggal 1 Juli 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Kontrol karyawan
- b) Kontrol inventaris perusahaan
- c) Kontrol kebersihan gudang penyimpanan barang
- d) Kontrol kualitas barang
- e) Kontrol pesanan barang
- f) Kontrol omset penjualan
- g) Kontrol administrasi keuangan
- h) Kontrol data pengiriman
- i) Mengawasi dan bertanggung jawab atas biaya yang dikeluarkan agar dapat dipergunakan secara optimal dan sesuai dengan tujuan serta tidak melebihi anggaran yang telah ditetapkan

2. Koordinator lapangan

Adapun tugas dan tanggung jawab koordinator lapangan yaitu:

- 1) Bertanggung jawab terhadap pembukuan pengeluaran barang
- 2) Bertanggung jawab terhadap pembelanjaan barang setiap hari
- 3) Bertanggung jawab terhadap laporan stok barang
- 4) Bertanggung jawab keamanan gudang
- 5) Bertanggung jawab terhadap pengiriman sampai ke kargo

3. Koordinator Media Sosial

Adapun tugas dan tanggung jawab koordinator media sosial yaitu:

- 1) Bertanggung jawab update data stok lama dan baru dari produsen kerjasama
- 2) Bertanggung jawab terhadap share barang di media sosial penjualan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Admin

Adapun tugas dan tanggung jawab admin yaitu:

- 1) Menangani orderan reseller
- 2) Mendata kas masuk dan kas keluar
- 3) Memberi pelayanan purna beli
- 4) Memastikan barang sampai di tangan reseller dengan selamat dan tepat waktu

D. Visi dan Misi Darbes Store

Dalam menciptakan usaha yang benefit atau menguntungkan bagi perkembangan perusahaan dimasa yang datang, maka perusahaan telah menetapkan misi dan tujuan perusahaan yang jelas. Adapun misi perusahaan ini adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen secara langsung . sedangkan tujuan perusaahn ini adalah berbisnis yaitu berusaha mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tetap mengutamakan konsumen dan menuju sejahtera bersama konsumen.³⁵

³⁵ Ibid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan

1. Pengertian pelayanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagian proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.³⁶

Pelayanan dalam Bahasa Inggris adalah *service*, Moenir mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu di mana tingkat pemuasannya hanya dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.³⁷

Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan dapat dimiliki.³⁸

³⁶ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 415

³⁷ Moenir, A.S, *Op. Cit.*, h. 26-27

³⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan dan sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas.³⁹ Jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan konsumennya.

Menurut Sugiarto (2002: 36) pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, penumpang, klien, pembeli, pasien, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang dilayaninya.⁴⁰

Menurut Melayu S. P Hasibuan pelayanan (service) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.⁴¹

Berdasarkan pendapat dari beberapa pakar, dapat kita simpulkan bahwa pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, mengurus menyelesaikan keperluan dan kebutuhan konsumen secara individu maupun berkelompok yang sesuai dengan harapan atau melebihi

³⁹ Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, h. 6

⁴⁰ Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transfortasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009), h. 34

⁴¹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), Edisi pertama, h. 178

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harapan konsumen. Pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen.

Pada prinsipnya, ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul. **Pertama**, kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Termasuk didalamnya memahami tipe-tipe pelanggan. **Kedua**, pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan). **Ketiga**, pemanfaatan informasi-informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategic. Kerangka ini diwujudkan dalam pengembangan relationship marketing.⁴²

2. Tujuan Pelayanan

Dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut⁴³ :

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- d. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

⁴² Fandy Tjiptono, *Op. Cit*, h. 128

⁴³ Susatyo Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit* (Yogyakarta: Goyen Publishing, 2016), h. 13

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Untuk mempertahankan konsumen

Pelayanan konsumen yang maksimal menunjukkan seberapa besar kualitas tersebut dimata konsumen. Apabila konsumen telah menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan nilai yang sangat baik, maka konsumen tidak akan berpaling pada perusahaan lain yang menjual jasa yang sama. Pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen.

Untuk itu perlu adanya persepsi yang sama terhadap waktu dalam kaitannya dengan pelayanan. Kunci keberhasilan pelayanan adalah bagaimana kita dapat membagi waktu-waktu tersebut bersama dengan nasabah dan menempatkan waktu tersebut sesuai dengan porsinya masing-masing sehingga dapat memuaskan nasabah.

Lovelock (1994) mengemukakan tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat lebih. Selanjutnya Lovelock mengemukakan delapan suplemen pelayanan yang terdiri dari ⁴⁴:

1. *Information*

Proses suatu pelayanan yang berkualitas dimulai dari suplemen informasi dari produk dan jasa yang diperlukan oleh konsumen. Seorang konsumen akan menanyakan kepada penjual tentang apa, bagaimana, berapa, kepada siapa, dimana diperoleh, dan berapa lama memperoleh barang dan jasa yang diinginkan. Penyediaan informasi

⁴⁴ M. Nur Arianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 219

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses aktivitas bisnisnya.

2. *Consultation*

Setelah memperoleh informasi yang diinginkan, biasanya konsumen akan membuat keputusan, yaitu membeli atau tidak membeli. Didalam proses memutuskan ini seringkali diperlukan pihak-pihak yang dapat diajak untuk berkonsultasi.

3. *Undertaking*

Keyakinan yang diperoleh konsumen melalui konsultasi akan membawa pada tindakan untuk memesan produk yang diinginkan. Penilaian pembeli pada titik ini adalah ditekankan pada kualitas pelayanan yang mengacu pada kemudahan aplikasi maupun administrasi pemesanan barang yang tidak berbelit-belit.

4. *Hospitality*

Nasabah yang berurusan langsung ke tempat-tempat transaksi akan memberikan penilaian sikap ramah dan sopan dari karyawan, ruang tunggu nyaman, hingga tersedianya wc/toilet yang bersih. Keramahan karyawan sangat dibutuhkan oleh nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

5. *Caretaking*

Terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa (parker kendaraan roda dua dan roda empat: penanganan bagasi, titipan tas, dan lain-lain), serta perhatian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan perlindungan atas barang yang dibeli pelanggan (pengemasan, transportasi, pengantaran, instalasi, pembersihan, inspeksi dan diagnosis, pemeliharaan preventif, reparasi dan inovasi, *upgrades*).

6. *Exception*

Meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani complain/pujian/saran, pemecahan masalah (jaminan dan garansi atas kegagalan pemakaian produk, kesulitan yang muncul dari pemakaian produk, kesulitan yang disebabkan kegagalan produk, termasuk masalah dengan staff atau pelanggan lainnya), dan restitusi (pengembalian uang, kompensasi, dan sebagainya).

7. *Billing*

Meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening, mesin yang memperlihatkan jumlah rekening, dan *self-billing*.

8. *Payment*

Pada ujung pelayanan, harus disediakan fasilitas pembayaran berdasarkan pada keinginan konsumen. Dapat saja berupa pembayaran lewat *internet banking* maupun *mobile banking*.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Sebuah pelayanan dapat diketahui berkualitas atau tidaknya dengan membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima. Jika pelayanan yang diterima dan dirasakan sesuai yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan maka pelayanan dikatakan berkualitas dan memuaskan, sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak berkualitas dan buruk.

3. Jenis- jenis Pelayanan

Jenis- jenis pelayanan yang sesuai dengan pelanggan yaitu sebagai berikut⁴⁵:

- a. Pelayanan sebelum transaksi, pelayanan pada konteks ini meliputi sistem, struktur dan lingkungan operasional yang ditetapkan sebuah organisasi sebelum terjadi transaksi.
- b. Pelayanan saat transaksi, pelayanan pada konteks ini adalah pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan selama proses transaksi.
- c. Pelayanan setelah transaksi, adalah pelayanan yang dinikmati pelanggan setelah transaksi berlangsung, pelayanan pada konteks ini menurut keakuratan dan ketepatan waktu dalam penyelesaian produk layanan.

4. Indikator Pelayanan

Parasuraman (2002) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu⁴⁶:

- a. Kehandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan pelayanan secara

⁴⁵ <http://resthoe.blogspot.com/3013/01/jenis-jenis-pelayanan.html>

⁴⁶ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen.
- c. Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko
- d. Empati, yaitu meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
- e. Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses pelayanan.

Apabila kelima dimensi kualitas pelayanan diatas telah dilakukan dengan baik, maka pelayanan yang diberikan perusahaan sangat berkualitas dan konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Jika konsumen merasa puas, mereka akan loyal terhadap perusahaan tersebut dan ini menjadi keuntungan bagi perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Menurut ensiklopedia islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Agar suatu pelayanan yang dilakukan perusahaan lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.

Dalam memberikan pelayanan hendaknya berlaku lemah lembut dan sopan, Allah berfirman dalam QS. Ali Imran ayat: 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.⁴⁷

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwa setiap manusia dituntut untuk lemah lembut dalam segala urusan hal-hal duniawiyah seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan, dan lain-lainnya yang dapat memberikan kenyamanan. Apalagi dalam urusan pelayanan yang mana

⁴⁷ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan kelemah lembutannya kepada konsumen maka konsumen tersebut tidak akan puas dan akan berpindah ke perusahaan lain.

Menjual jasa atau layanan kepada orang lain diperbolehkan dalam ajaran Islam, sama halnya penjualan barang dan komoditas. Penjualan jasa dalam diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dan kehidupannya. Sebagai makhluk social (*zoon politicon*) dan makhluk ekonomi (*homo economicus*), manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain. Tidak seorang pun manusia didunia ini yang mampu memenuhi kebutuhannya sendirian tanpa bantuan jasa orang lain, terlebih di zaman modern sekarang ini ketika kebutuhan manusia semakin kompleks, maka kebutuhan akan jasa orang lain semakin banyak pula.⁴⁸

Islam juga menganjurkan kepada para pekerja untuk melakukan tugas dan pekerjaan tanpa ada penyelewengan dan kelalaian, dan bekerja secara efisien. Ketekunan dan ketabahan dalam melayani konsumen dianggap sebagai sesuatu yang terhormat. Suatu pekerjaan kecil yang dilakukan secara konstan dan professional lebih baik dari suatu pekerjaan besar yang dilakukan dengan cara musiman dan tidak professional.⁴⁹

Pelayanan yang berkualitas juga harus kompeten, karena kompeten adalah syarat utama untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen pada pelayanan yang kita berikan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen

⁴⁸ Idris, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2016), Cet ke- 2 h. 218

⁴⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar: Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid Al- Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 278

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada pelayanan yang diberikan. Sebagai pengusaha, kita tidak cukup sekedar mampu memasarkan produk. Namun, kita harus menguasai ilmu dan kredibel dalam usaha yang kita jalankan.⁵⁰ Allah SWT berfirman dalam QS. An- Nahl ayat: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”⁵¹

Untuk umat muslim, Allah telah mengirimkan “manusia model” yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad SAW.⁵² Muhammad SAW adalah seorang saudagar sukses dan ternama beliau banyak menerapkan strategi bisnis yang indah, cerdas dan tidak merugikan orang lain. Sukses tersebut tidak lepas dari aktivitas yang diterapkan sebagai pembisnis, yang tidak cuma ampuh melainkan melainkan juga sesuai dengan syariah dan pastinya mendapat ridha Allah SWT.⁵³ Sifat-sifat utama Rasulullah yang harus diteladani oleh manusia

⁵⁰ Muhammad Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2010), Cet. ke-1, h. 154

⁵¹ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 281

⁵² Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Ed. 3, h. 33

⁵³ Mokh, Syaiful Bakhri, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW*, (Erlangga: 2012), h. 79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya adalah sebagai berikut:

1. *Shiddiq*, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan yang berdasarkan ajaran Islam, tidak ada satu ucapan pun yang saling bertentangan dengan perbuatan.⁵⁴ Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang yang beriman untuk memiliki sifat *shiddiq* dan jangan bersifat tidak jujur, sebagaimana firman Allah dalam QS. Az-Zumar ayat: 60

وَيَوْمَ الْقِيَمَةِ تَرَى الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى اللَّهِ وُجُوهُهُم مُّسْوَدَّةٌ أَلَيْسَ فِي جَهَنَّمَ مَثْوًى لِّلْمُتَكَبِّرِينَ ﴿٦٠﴾

Artinya: *Dan pada hari kiamat kamu akan melihat orang-orang yang berbuat Dusta terhadap Allah, mukanya menjadi hitam. Bukankah dalam neraka Jahannam itu ada tempat bagi orang-orang yang menyombongkan diri?*⁵⁵

Setiap karyawan yang memberikan pelayanan kepada konsumen wajib berlaku jujur, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, juga akan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan. Apabila konsumen tidak percaya, maka jasa perusahaan tersebut tidak ada yang menggunakannya.

2. *Fathanah*, yaitu mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban.

⁵⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 25

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 465

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fathanah berkaitan dengan kecerdasan, baik kecerdasan rasio, rasa maupun kecerdasan ilahiyah.⁵⁶ Sifat *Fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai sang maha benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan Allah SWT. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Quran QS. Ar- Rad ayat: 3

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ
جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغْشَى اللَّيْلُ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ
يَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Dan Dia-lah Tuhan yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai padanya. dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasang-pasangan, Allah menutupkan malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.”⁵⁷

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan harus memiliki karyawan yang terdidik, serta memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam bidangnya masing-masing, sehingga konsumen merasa aman dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

3. *Amanah*, yaitu tanggung jawab, dapat dipercaya dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa tanggung jawab

⁵⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 26

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 249

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.⁵⁸ Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap muk min apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat. Seorang mukmin ketika mendapatkan amanah akan berupaya melaksanakan dengan sebaik-baiknya.⁵⁹ Didalam Alquran telah jelas Allah menyuruh agar setiap mukmin menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, seperti QS. An-Nisa' ayat: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.*⁶⁰

4. *Tabligh*, artinya mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Jin ayat: 28

⁵⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) Cet. Ke- 3, h. 27

⁵⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h.27

⁶⁰ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

لَيَعْلَمَ أَنْ قَدْ أَبْلَغُوا رَسُولَ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ

عَدَدًا ﴿٦١﴾

Artinya: “supaya Dia mengetahui, bahwa Sesungguhnya Rasul-rasul itu telah menyampaikan risalah-risalah Tuhannya, sedang (sebenarnya) ilmu-Nya meliputi apa yang ada pada mereka, dan Dia menghitung segala sesuatu satu persatu.”⁶¹

Dalam sebuah perusahaan hendaknya memiliki karyawan yang komunikatif agar dapat menjadi pembicara yang unggul dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sekaligus sebagai contoh terhadap karyawan yang belum sempurna dalam berkomunikasi dengan konsumen.

5. Istiqamah, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemberi pelayanan dalam praktiknya harus konsisten. Sebagaimana pemberi layanan harus dapat dipegang janjinya, dan tidak diperbolehkan berubah-ubah dalam berbicara maupun dalam memberikan janjinya. Sebab dalam sebuah perusahaan jasa memiliki karyawan yang konsisten akan menjadi cermin dari perusahaan tersebut. Allah memerintahkan untuk konsisten dalam kebenaran, sebagaimana firman Allah dalam QS. Hud ayat 112

فَأَسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ وَلَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

بَصِيرٌ ﴿١١٢﴾

Artinya: Maka tetaplah kamu pada jalan yang benar, sebagaimana diperintahkan kepadamu dan (juga) orang yang telah taubat

⁶¹ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 573

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*beserta kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Dia Maha melihat apa yang kamu kerjakan.*⁶²

Jadi didalam ekonomi islam, memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para konsumen merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah, sebab secara umum landasan utama pelayanan ialah menolong orang lain. Di dalam ajaran Islam tolong menolong kepada sesama sebagaimana yang telah Allah perintahkan, merupakan kewajiban dan senantiasa dihungkan dengan tingkat keimanan seseorang.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap kesesuaian atau ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sbelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, pelayanan atau jasa dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.⁶³

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk riil/actual dengan kinerja produk yang diharapkan.

⁶² Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 45

⁶³ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kotler (2005), kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli.⁶⁴ Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (acquisition) dan pemakaian nya (Mowen dan Minor 2002).⁶⁵ Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purna beli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.

Kepuasan konsumen yaitu respon atau tanggapan yang diberikan konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk atau jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang

⁶⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Op. Cit.*, h. 181

⁶⁵ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen*, (Malang: UB Press, 2017), Cet-ke 1, h. 58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena harapannya terpenuhi. Beberapa pengertian kepuasan menurut para ahli⁶⁶:

- a. Menurut Zeithmal dan Bitner, kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan ekonomi.
- b. Menurut Kotler dan Amstrong, konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau sangat gembira.
- c. Menurut Pasurma, kepuasan konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didupatkannya.
- d. Menurut Schiffman, kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.
- e. Menurut Ziethaml, kepuasan konsumen adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penialain kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

⁶⁶ Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, h.7-8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value (*nilai*) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini nisa berasal dari produk, pelayanan, system atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.⁶⁷

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan konsumen dengan perilaku konsumen, dimana akan terdapat beberapa tipe dari konsumen⁶⁸:

- 1) Konsumen yang puas atau apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia kan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pebelian kembali (*repeated order*). Ia akan memberitahukan dan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut kepada orang lain. Hal ini biasa dikenal dengan *word of mouth*. Tipe konsumen ini disebut dengan *apostles*

⁶⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, h. 194

⁶⁸ *Ibid*, h. 195

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Tipe konsumen *defectors*, yaitu konsumen yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, dan biasanya konsumen akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut. Konsumen merasa apa yang didapatkannya dari produk tersebut sama saja dengan yang diberikan oleh produk lain, sehingga ia beralih kepada produk lain yang mampu memberikan kepuasan lebih dari apa yang diharapkannya.
- 3) Tipe konsumen *terrorist*, yaitu konsumen yang mempunyai pengalaman buruk atau negative kepada orang lain. Konsumen akan mengatakan kepada pihak lain keburukan produk tersebut dan tidak akan menganjurkan orang lain menggunakan produk tersebut. Bahkan ia berupaya mempengaruhi pihak lain agar tidak membeli produk tersebut atas dasar ketidakpuasan yang ia dapat dari produk tersebut.
- 4) Tipe konsumen *hostages*, yaitu konsumen yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian keada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistik atau harga yang murah. Meskipun konsumen tidak puas atas pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia tetap harus menggunakannya.
- 5) Tipe konsumen *mercenaries*, yaitu konsumen yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut. Dimana dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain, misalkan meskipun seorang konsumen puas atas pelayanan atau produk yang ditawarkan

oleh suatu perusahaan, namun karena jaraknya jauh maka ia beralih kepada perusahaan yang lebih dekat meskipun pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu baik.

Untuk itu, perusahaan hendaknya menciptakan konsumen yang *apostles*, meningkatkan konsumen *defectors* sehingga menjadikan mereka loyal, menghindari memiliki konsumen *terrorist* dan *hostages* dan mengurangi konsumen *mercenaries*.

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama. Konsumen diibaratkan sebagai raja yang harus dilayani, meskipun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-selanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang (*win-win situation*), yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan.⁶⁹

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan. Kegiatan penjualan terdiri dari atas variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan

⁶⁹ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Op. Cit.*, h. 182

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan), perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti *dealer* dan *grosir*).⁷⁰

Konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan produk akan memberikan dampak yang positif bagi penjualan secara langsung, karena konsumen tersebut secara sukarela akan menjadi alat promosi yang sangat ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli produk pada perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan perusahaan tersebut. Atau dengan kata lain, apabila konsumen puas terhadap pembelian jasa pada suatu perusahaan, maka konsumen tersebut akan⁷¹:

- a. Loyal kepada perusahaan, artinya kecil kemungkinan konsumen untuk pindah ke perusahaan lain dan akan tetap setia menjadi konsumen perusahaan yang bersangkutan.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa suatu perusahaan akan menyebabkan konsumen membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli produk lain dalam perusahaan yang sama, dalam hal ini konsumen akan memperluas pembelian jenis jasa yang akan

⁷⁰ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011) Cet. Ke- 2, h.

⁷¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Cet. Ke- 9,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditawarkan sehingga pembelian konsumen makin beragam dalam suatu perusahaan.

- d. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut, hal inilah yang menjadi keinginan setiap perusahaan karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan suatu perusahaan ke konsumen lain akan menjadi bukti akan kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Aspek yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan

Aspek yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan secara lebih efektif dan dapat melebihi harapan awal pelanggan dipaparkan sebagai berikut⁷²:

a. *Warranty Cost*

Persentase penjualan sering kali digunakan oleh beberapa perusahaan untuk menangani warranty cost. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya dikarenakan perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk mereka.

b. *Penanganan Komplain dari Pelanggan*

Perusahaan sering kali terlambat dalam menyadari atau menangani komplain dari pelanggan. Komplain dari pelanggan harus segera diatasi untuk mencegah *customer defections*.

⁷² Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani Dkk, *Islamic marketing Management*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), Cet. Ke- 1, h. 175

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Market Share*

Market share merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Pengukuran *market share* berada pada kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

d. *Cost of Poor Quality*

Cost of poor quality dapat bernilai memuaskan apabila biaya untuk *defecting customer* dapat diperkirakan.

e. *Industry Reports*

Industry reports adalah laporan dari perusahaan yang paling adil, paling akurat, dan sangat diharapkan. Melalui laporan ini, akan terlihat hasil kinerja dalam kurun waktu tertentu sehingga dapat menjadi evaluasi untuk dapat memuaskan pelanggan.

3. Pengukuran Kepuasan pelanggan

Pada banyak perusahaan di dunia, tingkat pelayanan yang membuat konsumen merasa puas adalah pelayanan yang berpihak kepada konsumen. Jika pelayanan yang diberikan berpihak kepada konsumen maka konsumen akan merasa puas bahwa kepentingannya diperhatikan.⁷³

Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumennya dan konsumen pesaing.

⁷³ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015), Cet. Ke- 4, h. 27

Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu⁷⁴:

a. *Sistem keluhan dan saran*

Setiap perusahaan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para konsumennya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi strategis yang mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Gosh shopping* (pembeli samaran)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau berpura-pura menjadi konsumen perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing. Biasanya para pembeli samaran diminta mengamati secara seksama dan menilai perusahaannya dan pesaing melayani permintaan konsumen, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani konsumen sesungguhnya.

⁷⁴ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Statisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 314

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Analisis mantan konsumen*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survey kepuasan konsumen*

Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survey baik survey melalui pos, telepon, email, maupun wawancara langsung. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Sementara itu, menurut Ricard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara⁷⁵:

- a. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
- b. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan konsumen.
- c. Menutup segala kesenjangan yang ada.
- d. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan konsumen sesuai dengan harapan atau tidak.
- e. Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.

⁷⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Op. Cit., h. 240

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dana apa yang harus dilakukan kemudian.
- g. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.

4. Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Loney dikutip dalam Tjiptono (2004: 101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:⁷⁶

1. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a. Berniat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.

⁷⁶ <http://etalasepustaka.blogspot.com/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html?l=1>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Berniat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c. Berniat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

5. Kepuasan dalam Pandangan Islam

Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1993), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan beberapa hal berikut⁷⁷:

a. Sifat jujur dan benar

Setiap perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel terlibat dalam tersebut, termasuk kepada pelanggan. Islam sangat mengecam adanya dusta dalam perdagangan, terlebih jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Hal tersebut sebagaimana berdasarkan sabda Rasulullah SAW, dalam hadist berikut:

“Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi. Jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Akan tetapi, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan tersebut dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli tersebut”. (HR> Muttafaqun ‘Alaih)

b. Sifat Amanah

Amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, serta mengembalikan hak apapun kepada pemiliknya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan. Dengan demikian, tiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan

⁷⁷ Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani Dkk, *Op. Cit.*, h. 173

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan barang atau jasa yang akan dijualnya.⁷⁸ Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa' (4): 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat⁷⁹”.

C. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”, kata jual beli menunjukkan adanya perbuatan menjual, sedangkan beli menunjukkan adanya suatu perbuatan dalam satu kegiatan, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Maka dalam hal ini terjadilah transaksi jual beli yang mendatangkan akibat hukum.⁸⁰

Jual beli (*al-bay'*) secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti, dikatakan: “*Ba'a asy-syaila* jika dia mengeluarkannya dari hak miliknya, dan *ba'ahu* jika dia membelinya dan memasukkannya kedalam hak miliknya, dan ini masuk

⁷⁸ *Ibid*, h. 173

⁷⁹ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 87

⁸⁰ Muhammda Yunus, *Kamus Arab- Indonesia*, (Jakarta: PT Hidayat Agus), h. 55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam kategori nama-nama yang memiliki lawan kata jika disebut ia mengandung makna dan lawannya seperti perkataan *al-qur'* yang berarti haid dan suci.⁸¹

Secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli tersebut (Rachmat Syafei, 2004). Mari kita simak beberapa pendapat ulama mengenai jual beli⁸²:

1. Ulama Hanafiah

Jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).

2. Imam Nawawi dalam Majmu

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.

3. Ibnu Qudamah dalam kitab Al-Mugni

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan kepemilikan.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa rukun jual beli adalah menyangkut *ba'i* (penjual), *mustari* (pembeli), *shighat* (ijab dan qabul), dan *ma'qud'alaih* (benda atau barang).

Adapun definisi sebagian ulama yang menyatakan jual beli adalah menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus merupakan

⁸¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamwalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), Cet. Ke- 1, h. 83

⁸² Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 142

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

definisi yang bersifat toleran karena menjadikan jual beli saling tukar akan tetapi menjadi bagian dari konsekuensinya, kecuali jika dikatakan: “Akad yang mempubyai sifat saling tukar menukar artinya menuntut adanya satu pertukaran.”⁸³

Oleh sebab itu, sebagian ulama mendefenisikan jual beli secara syar’i sebagai akad yang mengandung sifat menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus. Bantahan ini kemudian dijawab, sebenarnya definisi jual beli adalah akad yang mempunyai saling tukar menukar yaitu dengan cara mengilangkan *mudhaf* (kata sandaran).

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli telah disahkan oleh Al-Quran, sunnah, dan ijma’ umat.

1. Adapun dalil dari Alquran yaitu firman Allah SWT, QS. Al- Baqarah (2): 275)

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*.⁸⁴

Riba adalah haram dan jual beli adalah halal. Jadi tidak semua akad jual beli adalah haram sebagaimana yang disangka oleh sebagian orang berdasarkan ayat ini. Hal ini dikarenakan huruf alif dan lam dalam ayat tersebut untuk menerangkan jenis, dan bukan untuk yang sudah dikenal karena sebelumnya tidak disebutkan ada kalimat al-bai’ yang dapat

⁸³ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Op. Cit.*, h. 25

⁸⁴ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijadikan referensi, dan jika ditetapkan bahwa jual beli adalah umum, maka ia dapat dikhususkan dengan apa yang telah kami sebutkan berupa riba dan yang lainnya dari benda yang dilarang untuk diakadkan seperti minuman keras, bangkai, dan yang lainnya dari apa yang disebutkan dalam sunnah dan ijma para ulama akan larangan tersebut.

2. Hadist

الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ مِثْلًا بِمِثْلٍ سَوَاءٌ يَدًا بِيَدٍ فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَبِيعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ

“Emas ditukar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, garam dengan garam, sama beratnya dan langsung diserahterimakan. Apabila berlainan jenis, maka jual lah sesuka kalian namun harus langsung diserahterimakan/secara kontan” (HR. Muslim: 2970).

3. Ijma’

Kaum muslimin telah sepakat dari dahulu sampai sekarang tentang kebolehan hukum jual beli. Oleh karena itu, hal ini merupakan sebuah bentuk ijma’ umat, karena tidak ada seorangpun yang menentangnya.⁸⁵

4. Akal

Sesungguhnya kebutuhan manusia yang berhubungan dengan apa yang ada ditangan sesamanya tidak ada jalan lain untuk saling timbal balik kecuali dengan melakukan akad jual beli. Maka akad jual beli ini menjadi perantara kebutuhan manusia terpenuhi.

⁸⁵ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), Cet- Ke 1, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari kandungan ayat Al- Quran diatas dan hadist-hadist Nabi Saw, para ulama mengatakan bahwa hukum asal jual beli adalah *mubah* atau *jawaz* (boleh) apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Tetapi pada situasi tertentu, hukum bisa berubah menjadi *wajib*, *haram*, *mandub* dan *makruh*.⁸⁶

- a. Contoh yang wajib: Apabila seseorang sanat terdesak untuk membeli makanan dan yang lainnya, maka penjual jangan menimbunnya atau tidak menjualnya.
- b. Contoh yang haram: Memperjualbelikan barang yang dilarang dijualnya seperti anjing, babi, dan lainnya.
- c. Contoh yang nadb (sunnah): Seorang penjual bersumpah kepada orang lain akan menjual barang dagangannya, yang tidak akan menimbulkan kemudharatan bilamana dia menjualnya.
- d. Contoh yang makruh: Memperjualbelikan kucing dan kulit binatang buas untuk dimanfaatkan kulitnya.

Dengan demikian hukum jual beli berhubungan dengan *Ahkam al-Khamsah* (hukum-hukum yang lima) atau yang disebut dengan *hukum taklif*.

⁸⁶ *Ibid*, h. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

1. Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli dinyatakan sah oleh syara'. Rukun jual beli ada tiga yaitu⁸⁷:

- a. Aqad (*Ijab dan Qabul*)
- b. Orang-orang yang berakad (*penjual dan pembeli*)
- c. Objek akad (*Maq'ud Alaih*)

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli, jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan kabul dilakukan, sebab ijab dan kabul menunjukkan kerelaan (keridhaan), pada dasarnya ijab kabul dilakukan dengan lisan, tapi kalau tidak memungkinkan, seperti bisu atau yang lainnya, maka boleh ijab kabul dengan surat menyurat yang mengandung arti ijab dan kabul.⁸⁸

Namun sebagian ulama mengatakan akad jual beli tidak sah jika menggunakan *sighat kinayah* (kiasan), karena orang yang diajak bicara tidak tahu apakah dia diajak bicara tentang jual beli atau yang lainnya. Pendapat ini tertolak karena penyebutannya harga atau ganti jelas menunjukkan jual beli, maka keberadaannya merupakan petunjuk akan hal itu dan jika terpenuhi semua petunjuk yang mengarah kepada

⁸⁷ Muhammad Azzam Abdul Aziz, *Fiqh Muamalah; Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 28

⁸⁸ *Ibid*, h. 28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akad jual beli bisa dipastikan bahwa ia adalah akad jual beli yang sah seperti yang ditegaskan oleh Imam Ahmad.

Selama akad jual beli tidak sah dengan ucapan kiasan kecuali jika ada niat, jika ada yang memberi perwakilan mensyaratkan kepada wakilnya untuk menjual atau bersaksi untuk menjual, maka akad ini tidak sah secara sah pasti karena para saksi tidak bisa mengetahui niat. Yang lebih baik adalah petunjuk terhadap niat sehingga dapat dilihat oleh para saksi.⁸⁹

2. Syarat Jual Beli

Dibawah ini merupakan beberapa hal yang berkaitan dengan syarat jual beli menurut para ulama.⁹⁰

1. Para ulama semua menyepakati tiga syarat berikut ini:
 - a. Harta yang diperjual belikan itu harta yang dipandang sah oleh agama.
 - b. Harta yang diperjual belikan itu dapat diketahui oleh penjual dan pembeli.
 - c. Harta yang diperjual belikan itu tidak dilarang oleh agama.
2. Hanafiyah mensyaratkan keberadaan *ma'qud 'alaih* dapat diketahui, dan ulama yang lainnya tidak mensyaratkan.
3. Jumhur ulama mensyaratkan keberadaan *ma'qud 'alaih* bisa diserahkan ketika terjadinya akad, sedangkan zhahiriyyah tidak mensyaratkannya.

⁸⁹ *Ibid*, h. 32

⁹⁰ Enang Hidayat, *Op. Cit.*, h. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Hanafiyah dan Malikiyah tidak mensyaratkan keberadaan ma'qud 'alaih milik sendiri sebagai syarat kesempurnaan akad. Sedangkan ulama lainnya mengatakan termasuk syarat sahnya.
5. Jumhur ulama berpendapat bahwa syarat-syarat yang berhubungan dengan ma'qud 'alaih semuanya mempunyai nilai yang sederajat. Tidak adanya syarat tersebut menjadikan akad tersebut batal. Sedangkan Hanafiyah membagi syarat berhubungan ma'qud 'alaih tersebut kepada dua macam, yakni:
 - a. Syarat yang berhubungan dengan pelaksanaan akad. Keberadaan syarat ini menyebabkan akan dipandang sah, jika tidak ada, maka dipandang batal.
 - b. Syarat yang berhubungan dengan sahnya akad. Ketidadaan syarat ini menyebabkan akad dipandang rusak (*fasad*).

4. Macam-macam Jual Beli yang diharamkan karena Gharar dan Jahalah

Dibawah ini akan dikemukakan pendapat para ulama mengenai macam-macam jual beli yang diharamkan karena gharar dan jahalah, disertai dalil hukum Islam yang berhubungan dengannya.⁹¹

1. *Ba'i al-Munabadzah*, yaitu jual beli dengan cara lempar-melempari, seperti seorang penjual berkata kepada pembeli: "Pakaian yang aku lemparkan kepadamu itu untukmu dan harganya sekian." Jual beli seperti ini termasuk jual beli rusak (*fasid*). Oleh karena itu, hukumnya

⁹¹ *Ibid*, h. 105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- tidak sah. Alasannya, karena adanya ketidaktahuan (*jahalah*), penipuan, tidak ada unsur saling ridha di dalamnya.
2. *Ba'i Al-Mulamasah*, yaitu jual beli saling menyentuh. Maksudnya, apabila si pembeli mereka meraba kain atau pakaian milik sipenjual, maka sipembeli harus membelinya.
 3. *Ba'i al-Hashah*, yaitu seorang penjual atau pembeli melemparkan batu kecil (kerikil) dan pakaian mana saja yang terkena lemparan batu kecil tersebut, maka pakaian tersebut harus dibelinya tanpa merenung terlebih dahulu, juga tanpa ada hak khiyar setelahnya. Batalnya akad ini karena barang yang dijual atau waktu khiyar tidak diketahui, atau karena tidak ada *sighat* (*ijab dan qabul*).
 4. *Ba'i 'ashab al-Fahl*, yaitu jual beli sperma hewan pejantan (landuk). Landuk ialah pejantan unggul untuk pembiakan hewan agar menghasilkan keturunan yang bagus. Batalnya akad ini karena sperma bukan termasuk harta yang bernilai dan tidak diketahui serta tidak mampu untuk diserahkan.
 5. *Ba'i Habl al-Habalah*, yaitu jual beli janin binatang yang masih dikandung oleh induknya. Batlnya jual beli ini karena ia adalah bentuk jual beli terhadap sesuatu yang bukan hak milik, tidak diketahui, dan tidak mampu diserahkan.
 6. *Ba'i al-Madhamin dan Ba'i al-Malaqih*, yaitu menjual sperma yang berada dalam *sulbi* unta jantan. Sedangkan *ba'i al-malaqih* yaitu menjual janin unta hewan yang masih berada dalam perut induknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. *Ba'i al-Tsamar Qabla Badawwi Shalahiha*, adalah menjual buah-buahan sebelum tampak baiknya (belum masak).
8. *Ba'i al-Tsanaya*, adalah penjualan yang pengecualiannya disebut secara samar (kabur, tidak jelas).
9. *Ba'i ma Laisa 'Indahu* adalah jual beli sesuatu yang belum menjadi hak miliknya.⁹² Dalil yang berhubungan dengan keharaman *Ba'i ma Laisa 'Indahu* adalah hadist Nabi Saw, yang diriwayatkan Hakim bin Hizam Ra. Beliau berkata: “Wahai Rasulullah, seorang laki-laki datang kepadaku ingin membeli sesuatu yang tidak aku miliki, apakah boleh aku membelikannya untuknya dari pasar? “Rasulullah menjawab: (janganlah engkau menjual apa yang tidak engkau miliki).” (HR. Ahmad dan Ashab al-Sunan [Abu Dawud, No. 3040, Tirmidzi, No 1153, Nasai, No. 4534 dari Hakim bin Hizam Ra).

5. Khiyar dalam Jual Beli

Khiyar menurut bahasa (Arab) merupakan *isim mashdar* dari kata *الخيار* yang bermakna pilihan dan bersih. Adapun menurut istilah berarti:

Maksud dari definisi diatas adalah hukum asal dalam akad setelah disetujuinya, yakni tercegahnya masing-masing pihak (penjual dan pembeli) membatalkannya, kecuali terdapat izin *syara'* kepada masing-masing pihak (hak) membatalkannya, yaitu dengan cara *khiyar*.

Hikmah disyariatkannya *khiyar* adalah untuk kemaslahatan bagi pihak-pihak yang melakukan transaksi (akad) itu sendiri, memelihara

⁹² *Ibid*, h. 114

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kerukunan hubungan baik serta menjalin cinta kasih diantara sesama manusia. Dengan disyariatkannya *khiyar* bertujuan untuk menghindari manusia dari hal-hal demikian, sehingga keharmonisan, kerukunan, dan keselamatan akan terjalin di antara sesama manusia (*hablun min al-nas*).⁹³

Dibawah ini akan dikemukakan macam-macam *khiyar* yang paling masyhur dikemukakan oleh fiqih, di antaranya sebagai berikut:

a. *Khiyar Majlis*

Khiyar majlis ialah hak pilih bagi kedua belah pihak (penjual dan pembeli) untuk meneruskan atau membatalkan akad selama keduanya berada dalam majlis akad dan belum berpisah badan. Artinya, satu akad baru dianggap sah apabila kedua belah pihak yang melakukan akad telah berpisah badan atau salah seorang di antara mereka telah melakukan akad yang bersifat mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan akad, seperti jual beli dan sewa menyewa.

Sedangkan Imam Abu Hanifah dan Imam Malik tidak mengakui keabsahan *khiyar majlis*. Menurut mereka, akad dipandang sah ketika *ijab* dan *qabul* sudah dilakukan dan tidak ada hak *khiyar* bagi keduanya. *Khiyar* menurut mereka adalah bentuk kesamaran, sedangkan pada dasarnya jual beli itu adalah kepastian (*lazim*).

Menurut kedua Imam tersebut keabsahan sebuah akad bisa dibuktikan melalui ungkapan yang menunjukkan hakikatnya sebuah akad, yaitu ungkapan yang menunjukkan *ijab* dan *qabul*. Kewajiban

⁹³ *Ibid*, h. 32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memenuhi akad ini adalah sebuah nash yang *qath'i tsubut* (pasti) maupun *dilalah*-nya (petunjuk), yaitu keumuman firman Allah Swt.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu...* (QS. Al-Maidah [5]: 1)

b. Khiyar Syarat

Khiyar syarat ialah hak pilih yang ditetapkan bagi salah satu pihak yang berakad atau keduanya atau bagi orang lain untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli, selama masih dalam tenggang waktu yang ditentukan. Dalam tenggang waktu yang disyaratkan itu dapat dilakukan pembatalan jual beli yang dengan sendirian masing-masing pihak mengembalikan barang dan uang yang pernah diterimanya.⁹⁴

Adapun mengenai dalil hukum *khiyar syarat* ialah hadist yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim dari Ibnu Umar RA., bahwa Habban bin Munqidz al-Anshari Ra., suka menipu dalam akad jual beli, kemudian pembeli yang merasa tertipu olehnya melapor kejadian tersebut kepada Rasulullah Saw.

Imam Abu Hanifah dan Imam Syafi'i berpendapat bahwa tenggang waktu dalam *khiyar syarat* tidak lebih dari tiga hari. Menurut mereka, tenggang waktu yang ditentukan itu untuk kemaslahatan pembeli. Hal ini sesuai dengan ketentuan umum dalam syara' bahwa

⁹⁴ *Ibid*, h. 36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesuatu yang telah ditetapkan sebagai hukum pengecualian, tidak boleh ditambah atau dikurangi, atau diubah. Oleh karena itu apabila melebihi waktu tiga hari sebagaimana yang telah ditentukan dalam hadist, maka akad jual belinya dianggap batal.

c. Khiyar 'Aib

Khiyar 'aib ialah hak pembeli untuk meneruskan atau membatalkan akad jual beli tatkala terdapat suatu cacat pada objek yang diperjualbelikan. Sedangkan cacatnya itu tidak diketahui pemiliknya ketika akad berlangsung.⁹⁵

Syarat-syarat berlakunya khiyar 'aib menurut para ulama, setelah diketahui ada cacat pada barang yang diperjualbelikan itu adalah sebagai berikut:

1. Cacat pada barang itu diketahui sebelum terjadi serah terima barang kepada pembeli, baik cacatnya itu sudah lama atau baru terjadi setelah akad tapi belum serah terima. Karena barang yang diperjualbelikan dalam dua keadaan itu, (cacatnya sudah lama atau baru) masih dalam tanggung jawab penjual.
2. Pembeli tidak mengetahui bahwa pada barang itu terdapat cacat, baik ketika akad berlangsung atau ketika serah terima barang. Jika dia mengetahuinya, maka tidak ada hak khiyar baginya. Karena hal demikian sama dengan menunjukkan keridhaanya.

⁹⁵ *Ibid*, h. 37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Adanya cacat pada barang itu bukan termasuk hal yang sulit menghilangkannya. Misalnya, ada najis pada baju yang bisa dihilangkan dengan cara dibasuhnya, tidak menetapkan adanya hak mengembalikan barang.
4. Pemilik barang (penjual) tidak mensyaratkan bebas dari setiap cacat pada barang. Misalnya penjual tidak mengatakan:” saya menjual barang ini kepadamu dan aku bebas dari tanggung jawab setiap cacat pada barang.” Atau pemilik barang (penjual) tidak mensyaratkan bahwa apabila ada cacat pada barang tidak boleh dikembalikan.

d. Khiyar Ru'yah

Khiyar ru'yah adalah hak khiyar bagi pembeli untuk menyatakan apakah mau meneruskan akad jual beli atau membatalkannya terhadap barang yang belum ia lihat ketika akad berlangsung.⁹⁶

Khiyar ruyah adalah hak pembeli untuk membatalkan akad atau tetap melangsungkannya ketika ia melihat obyek akad dengan syarat ia belum melihatnya ketika berlangsung akad atau sebelumnya ia pernah melihatnya dalam batas waktu yang memungkinkan telah jadi batas perubahan atasnya. Konsep khiyar ini disampaikan oleh fuqoha Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah dan Dhahiriyah dalam kasus jual beli benda yang ghaib (tidak ada ditempat) atau benda yang belum pernah

⁹⁶ *Ibid*, h. 41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperiksa. Sedangkan menurut Imam Syafi'i *khiyar ru'yah* ini tidak sah dalam proses jual beli karena menurutnya jual beli terhadap barang yang ghaib (tidak ada ditempat) sejak semula dianggap tidak sah. Syarat *khiyar ru'yah* bagi yang membolehkannya antara lain:

- a. Barang yang akan ditransaksikan berupa barang yang secara fisik ada dan dapat dilihat berupa harta tetap atau harta bergerak.
- b. Barang dagangan yang ditransaksikan dapat dibatalkan dengan mengembalikan saat transaksi.
- c. Tidak melihat barang dagangan ketika terjadi transaksi atau sebelumnya, sedangkan barang dagangan tersebut tidak berubah.

Sebaliknya barang yang di *ru'yah* dengan teliti dan tuntas sebelum dibeli, atau adanya hak *khiyar*, setelah barang diteliti ternyata kualitasnya menyalahi pernyataan penjual, tentu pembelinya pun akan diurungkan. Prinsip ini bertujuan membina kerukunan dan keharmonisan dalam bermuamalah.

D. Pengertian Jual Beli Online

Teknologi dan sistem informasi merupakan alat penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk dan jasa baru sebagaimana model bisnis yang benar-benar baru. Model bisnis (*business model*) merupakan cara perusahaan memproduksi, menyampaikan, dan menjual produk atau jasa untuk menciptakan keuangan.⁹⁷

⁹⁷ C. Laudon Jane Kenneth, Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital (Jakarta Selatan: Salembah Empat, 2007), Edisi 10, h. 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Transaksi secara online merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non face*, dengan hanya melakukan transfer data lewat maya (*data intercange*) via internet, yang mana kedua belah pihak, antara originator dan adress (penjual dan pembeli), atau menembus batas sistem pemasaran dan Bisnis-Online dengan menggunakan *sentral shop*. *Sentral shop* merupakan sebuah *rancangan web ecommerce smart* dan sekaligus sebagai *Bussiness Intelligent* yang sangat stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol bisnis.⁹⁸

Ada definisi lain untuk bisnis online, ada istilah *e-commerce*. Tetapi yang pasti, setiap kali orang berbicara tentang *e-commerce*, mereka memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan internet.

Perdagangan elektronik atau e-dagang (bahasa inggris: *Elektronik commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem mnajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. E-commerce pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan siduatu halaman-web (*website*).⁹⁹

⁹⁸ Ward Hanson, *Pemasaran Internet*, (Jakarta: Salembah Empat, 2005), h. 366

⁹⁹ Tata Sutabri, *Konsep Sistem Informasi*, (Yogyakarta: CV Andi Omset, 2012), h. 108

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E-commerce atau *elektronik commerce* adalah bagian dari e-lifestyle yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online dari sudut tempat mana pun. Meminjam definisi dari beberapa sumber, E-commerce dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet, khususnya *world wide web (whatis.com)*.
- b. Suatu tindakan melakukan transaksi bisnis secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai media komunikasi yang utama (*Robert E. Johnson*).
- c. Menjual barang dagangan dan/atau jasa melalui internet (*E-commerce Net*).¹⁰⁰

Beberapa kelebihan yang dimiliki bisnis dengan cara E-commerce di antaranya sebagai berikut:

1. Murah dan efisien

Dari hasil riset yang dilakukan oleh sebuah konsultan asing ternama pada tahun 1997 menyimpulkan bahwa ongkos transaksi perbankan yang dilakukan melalui internet jauh lebih murah dari pada yang dilakukan melalui ATM, telepon, dan kantor cabang. Hal yang sama juga berlaku untuk bisnis yang secara umum dijalankan dengan *online*.

¹⁰⁰ Taufik Hidayat, *Panduan Membuat Toko Online dengan Oscommerce*, (Media Kita, 2008), h. 5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Akses tanpa batas

Saat sebuah bisnis memiliki alamat di internet (url), apa yang ditampilkan akan bisa di akses oleh pengunjung dari belahan dunia mana pun. Semakin sering alamat tersebut dikunjungi, semakin besar pula potensi untuk mendapatkan revenue.

3. Revenue stream

Selain biaya operasional yang murah, *E-commerce* sangat mungkin memberikan revenue yang bisa jadi sulit diperoleh melalui cara yang konvensional.

4. Memperpendek jarak

Pengiriman produk yang bisa dilakukan secara *online* memungkinkan pengiriman dilakukan dengan seketika. *Beyon.com* mengizinkan para pelanggannya untuk mendownload software yang dibelinya langsung ke komputer mereka atau *Bwin.com* yang langsung mengizinkan para pemainnya untuk bermain saat transfer uang diterima.¹⁰¹

E-commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara '*offline*', yaitu:

- a. Produk: banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer (hardware, software, aksesoris), buku (*print edition, e-book*), musik, baju, mainan anak, tiket pertunjukan, dan sebagainya.

¹⁰¹ *Ibid*, h. 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Tempat menjual produk (*a place to sell*): tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pemesanan: email, telpon, sms, dan lain-lain.
- d. Cara pembayaran: cash, cek, bankdraft, kartu kredit, internet pay-ment (misalnya: paypal).
- e. Metode pengiriman: pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau download jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu, (software, *e-book*).
- f. Customer service: email, formulir *on-line*, FAQs, telpon, chatting, dan lain-lain.¹⁰²

“Pada prinsipnya e-commerce menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai fasilitas lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya”.¹⁰³

Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik (*e-commerce*) pada dasarnya merupakan transaksi jual beli yang memiliki prinsip dasar sama dengan transaksi jual beli konvensional. Seperti halnya

¹⁰² Ibid, h. 7

¹⁰³ Ricardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Dunia Maya*, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2004), h. 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transaksi jual beli konvensional, maka transaksi jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*) juga terdiri dari tahapan penawaran dan penerimaan.¹⁰⁴

Menurut Mieke Komar Kataatmadja perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik internet tidak lain adalah merupakan perluasan dari konsep perjanjian jual beli yang ada dalam KUHPerdara. Perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdata. Perbedaannya adalah bahwa perjanjian melalui internet ini bersifat khusus karena terdapat unsur peranan yang sangat dominan dari media dan alat elektronik.¹⁰⁵

Pendekatan keamanan informasi harus dilakukan cara holistik, karena itu terdapat tiga pendekatan untuk mempertahankan keamanan di dunia maya, pertama adalah *pendekatan teknologi*, kedua *pendekatan sosial budaya etika*, dan ketiga *pendekatan hukum*.¹⁰⁶ Untuk mengatasi gangguan keamanan pendekatan teknologi sifatnya mutlak dilakukan, sebab tanpa suatu pengamanan jaringan akan sangat mudah disusupi, diintersepsi, atau diakses secara ilegal dan tanpa hak.

Secara umum peranan internet dalam electronic commerce antara lain adalah:

1. Media utama untuk terjadinya transaksi bisnis secara *online*.

¹⁰⁴ Suwardi, *Hukum Dagang Suatu Pengantar*, (CV Budi Utama: Yogyakarta, 2015), Ed-1, Cet Ke-1, h. 176

¹⁰⁵ *Ibid*, h. 182

¹⁰⁶ Ahmad Ramli, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum di Indonesia*, (Bandung: Remaja Aditama, 2004), h. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Memungkinkan *web site* perusahaan dapat diketahui oleh konsumen di seluruh dunia.
3. Memungkinkan pihak *merchant*/perusahaan/instansi menjual produk atau jasa secara *online*.
4. Memungkinkan pihak *merchant*/perusahaan/instansi menjual produk atau jasa mempunyai pasar global.
5. Memungkinkan pihak *merchant*/perusahaan/instansi menjual produk atau jasa berkomunikasi secara cepat dengan konsumen.

Tujuan dari e-commerce yang dapat dicapai perusahaan melalui penggunaan internet yang mencakup: penyebaran informasi, menciptakan kesadaran, tujuan riset, menciptakan persepsi, percobaan produk, meningkatkan pelayanan, dan meningkatkan distribusi.¹⁰⁷

Adapun beberapa alasan perusahaan menjalankan bisnis dengan menggunakan fasilitas e-commerce, yaitu¹⁰⁸:

1. Dapat menjangkau audien di seluruh dunia
2. Dapat melakukan komunikasi interaktif dengan biaya yang efisien
3. Dapat menjangkau target konsumen tertentu
4. Lebih mudah menyampaikan perubahan informasi seperti perubahan harga atau informasi lainnya
5. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan karena tersedia akses selama 24 jam, tujuh hari seminggu.

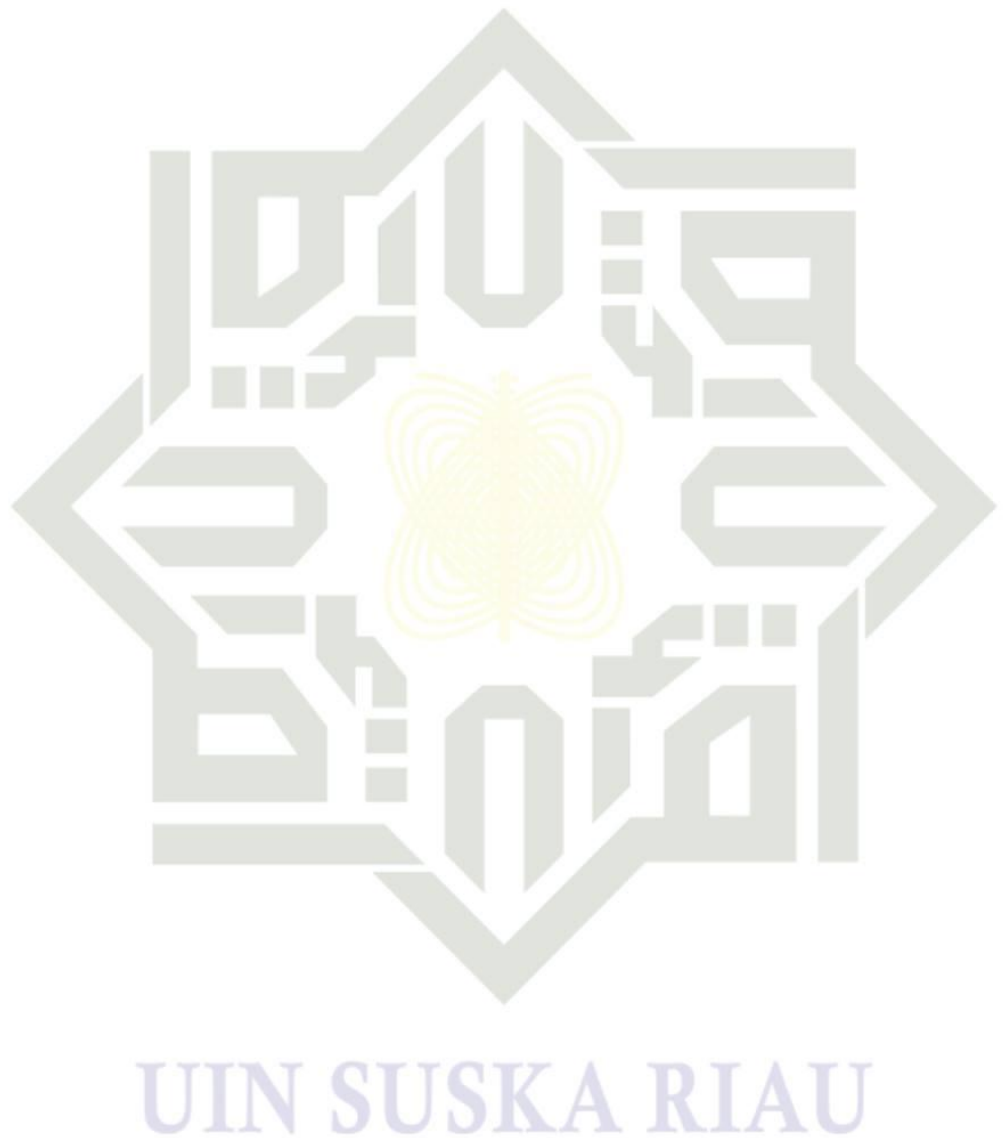
¹⁰⁷ Morisa, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 322

¹⁰⁸ *Ibid*, h. 336

6. Mendapatkan umpan balik segera dari konsumen
7. Merupakan saluran distribusi alternatif
8. Menyediakan biaya penyebaran informasi merek yang efektif dan efisien

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji regresi linear sederhana yaitu $Y = 0,838 + 0,307X$ artinya jika pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan bernilai 0,838, sedangkan nilai koefisien regresi pelayanan sebesar 0,307 artinya setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan pelayanan sebesar 0,307 dengan variabel lain tetap. Berdasarkan uji t diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $20,061 > 2,00758$ dengan nilai signifikan sebesar 0,05 yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak, diketahui bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan uji R sebesar 0,942 artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang sangat kuat.
2. Menurut tinjauan ekonomi syariah tentang Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online darbes store cabang Pekanbaru tidak bertentangan dengan prinsip Ekonomi Syariah.

B. Saran

1. Dalam meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, toko perlu lebih meningkatkan pelayanan yang lebih teliti agar berkurangnya

konsumen yang komplek terhadap kesalahan jenis barang yang tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

2. Hendaknya dalam pemberian pelayanan di dasarkan pada tuntutan ajaran Islam. Harus lebih memahami konsep syariat Islam seperti yang di ajarkan Rasulullah. Agar tidak terjadi kembali ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang diberikan oleh produsen.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

1. A. S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
- Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamwalat*, (Jakarta: Amzah, 2010)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2009)
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011)
- Ahmad Ramli, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum di Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2004)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)
- Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016)
- Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015)
- Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- C. Laundon Jane Kenneth, *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2007)
- Dani, SP., MBA, *Pengantar Bisnis*, (Pekanbaru, Benteng Media, 2014)
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Tajwid & Terjemahan*, (Bandung: CV Penerbit Diponogoro, 2010)
- Dewi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi, 2012)
- Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)
- Eti Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Handy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality dan Statisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011)
- Freddy Rangkuti, *Customer Service Statisfaction dan Call Center*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2013)
- <http://etalasepustaka.blogspot.com/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html?m=1>
- <http://resthoe.blogspot.com/3013/01/jenis-jenis-pelayanan.html>
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Grafindo, 2009)
- Idris, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2016)
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar: Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid Al- Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014)
- Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen*, (Malang: UB Pres, 2017)
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010)
- Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Pnelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010)
- Lita Anatan, *Service Excellence Competing Trough Comptitiveness*, (Bandung, Alfabeta, 2008)
- M Nur Rianto, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Mahmud dan Pupuh Fathurahman, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011)
- Mokh. Syaiful Bakhri, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW*, (Erlangga: 2012)
- Morisa, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Mhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008)
- Mhammad Sulaiman, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2010)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Muhammad Yunus, *Kamus Arab- Indonesia*, (Jakarta: PT Hidayat Agus)
- Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial :Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)
- Ricardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Dunia Maya*, (Jakarta: PT Elek Medis Komputindo, 2004)
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian* . (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015)
- Setioto Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)
- Sopiah, *Salesmanship*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)
- Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 1999)
- _____, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), Cet ke-20
- Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transfortasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009)
- Susaty Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016)
- Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012)
- Suwardi, *Hukum Dagang Suatu Pengantar*, (CV Budi Utama: Yogyakarta, 2015)
- Syafrizal Helmi Situmorang, *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009)
- Tata Sutabri, *Konsep Sistem Informasi*, (Yogyakarta: CV Andi Omset, 2012)
- Taufik Hidayat, *Panduan Membuat Toko Online Dengan Oscommerce*, (Media Kita, 2008)
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990)
- Valthzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani Dkk, *Islamic marketing Management*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017)



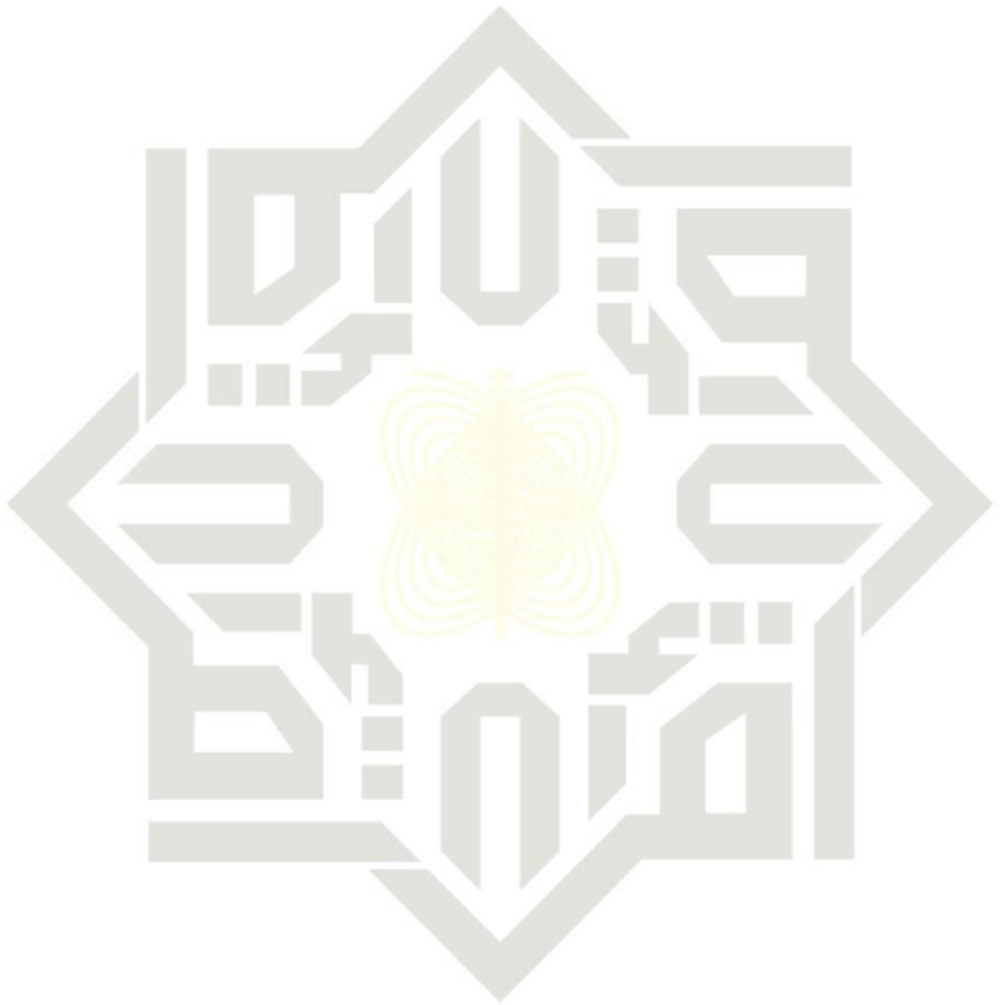
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wethzal Rivai, Dkk, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persda, 2010), Cet ke-7,

Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)

Yudi Pramudiana, MM., MT. Dkk, *Business Plan*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2016



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG
PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Assalamualaikum Warahtullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data peneliti guna penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online darbes store cabang Pekanbaru di tinjau menurut ekonomi syariah”. Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Jurusan Ekonomi Syariah Universita Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

Untuk itu peneliti memohon bantuan kepada saudara/ saudari untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya. Atas ketersediaannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Wahyuni Rizka Sumantra

NIM 11525201678

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. PETUNJUK

1. Sebelum Anda memberikan jawaban terhadap beberapa pertanyaan dibawah ini, tulislah terlebih dahulu identitas Anda.
2. Berikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan.
3. Diharapkan Anda dalam menjawab kuisisioner ini dengan sejujurnya.
4. Atas kesediaan dan partisipasinya diucapkan banyak terima kasih.

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Usia :

a. ≤ 15 tahun

c. 21-25 tahun

b. 16-20 tahun

d. ≥ 26 tahun

Pekerjaan :

a. Pelajar / Mahasiswa

c. PNS

b. Pegawai swasta

d. Lain- lain

C. KETERANGAN KRITERIA PENILAIAN

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Kurang Setuju (KS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pelayanan (X)

a. Bentuk fisik (*Tangibels*)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya situs pemesanan Darbes Store mudah di akses					
2	Menurut saya pemesanan barang di Darbes Store datang tepat waktu					
3	Menurut saya pemesanan online di Darbes Store mudah					
4	Menurut saya pemilik dan karyawan Darbes Store mengutamakan kepentingan konsumen					

b. Perhatian (*Emphathy*)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya pihak Darbes Store menerima keluhan dari pelanggan					
2	Menurut saya pemilik dan karyawan Darbes Store memberikan perhatian terhadap konsumen					
3	Menurut saya pemilik dan karyawan Darbes Store secara ramah dan profesional dalam melayani konsumen					
4	Menurut saya pihak Darbes Store memberika perhtian dan akrab dengan konsumen					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Keandalan (*Reliability*)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya barang yang dipesan sesuai dengan kualitas					
2	Menurut saya cara pembayaran di Darbes Store mudah					
3	Menurut saya pihak karyawan Darbes Store cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan konsumen					
4	Menurut saya barang yang dipesan sesuai dengan pesanan					

d. Daya tanggap (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya pihak karyawan melayani konsumen dengan cepat					
2	Menurut saya pihak Darbes Store menjelaskan tentang informasi barang sesuai spesifiknya					
3	Menurut saya pihak Darbes Store memberikan respon yang cepat apabila terdapat complain					
4	Menurut saya karyawan Darbes Store membantu mengarahkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					

e. Jaminan (*Assurance*)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa aman betransaksi di Darbes Store					
2	Permasalahan yang muncul dalam transaksi dapat di atasi oleh Darbes Store					
3	Menurut saya pihak Darbes Store memberikan jaminan terhadap barang yang dipesan					
4	Tingkat kesalahan transaksi di Darbes Store sangat rendah					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Kepuasan Konsumen (Y)

a. Kesesuaian harapan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Barang yang saya pesan sesuai dengan apa yang saya inginkan					
2	Barang yang akan di pesan jelas spesifikasinya					

b. Minat berkunjung kembali

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya ingin memesan kembali dan membeli barang online di darbes Store					
2	Saya melakukan pemesanan di Darbes Store sudah lebih dari 3 kali					

c. Kesiediaan merekomendasikan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya akan mengajak teman untuk berbelanja online di Darbes Store					
2	Saya akan mengatakan hal-hal baik/positif mengenai usaha jual beli online Darbes store kepada orang lain.					

Disetujui

 Bambang Hermanto, MA



Uji Validitas
1. Pelayanan



Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	TOTALX
X1	Pearson Correlation	1	.650**	.709**	.616**	.524**	.410**	.433**	.595**	.578**	.422**	.203	.296*	.211	.284*	.298*	.549**	.371**	.587**	.299*	.633**	.678**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.002	.145	.032	.129	.039	.030	.000	.006	.000	.030	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X2	Pearson Correlation	.650**	1	.537**	.742**	.478**	.441**	.411**	.484**	.737**	.392**	.282*	.395**	.339*	.334*	.329*	.279*	.359**	.471**	.405**	.656**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.002	.000	.000	.004	.041	.003	.013	.015	.016	.043	.008	.000	.003	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X3	Pearson Correlation	.709**	.537**	1	.655**	.594**	.365**	.628**	.604**	.552**	.460**	.200	.341*	.182	.334*	.300*	.648**	.318**	.533**	.363**	.551**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.007	.000	.000	.000	.001	.152	.013	.191	.015	.029	.000	.020	.000	.007	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X4	Pearson Correlation	.616**	.742**	.655**	1	.583**	.554**	.601**	.658**	.640**	.418**	.282*	.339*	.339*	.280*	.413**	.338*	.359**	.627**	.330*	.815**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.041	.013	.013	.042	.002	.013	.008	.000	.016	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X5	Pearson Correlation	.524**	.478**	.594**	.583**	1	.532**	.505**	.639**	.437**	.464**	.276*	.320*	.291*	.402**	.418**	.607**	.393**	.575**	.390**	.464**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.045	.019	.035	.003	.002	.000	.004	.000	.004	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X6	Pearson Correlation	.410**	.441**	.365**	.554**	.532**	1	.481**	.683**	.504**	.453**	.534**	.261	.639**	.325*	.573**	.392**	.478**	.611**	.261	.540**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.007	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.059	.000	.018	.000	.004	.000	.000	.059	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X7	Pearson Correlation	.433**	.411**	.628**	.601**	.505**	.481**	1	.585**	.463**	.534**	.365**	.358**	.341*	.371**	.392**	.508**	.442**	.502**	.480**	.534**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.007	.008	.013	.006	.004	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X8	Pearson Correlation	.595**	.484**	.604**	.658**	.639**	.683**	.585**	1	.416**	.753**	.580**	.461**	.526**	.614**	.574**	.644**	.505**	.901**	.318**	.676**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X9	Pearson Correlation	.578**	.737**	.552**	.640**	.437**	.504**	.463**	.416**	1	.434**	.295*	.411**	.367**	.329*	.399**	.271*	.467**	.327*	.369**	.509**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.002		.001	.032	.002	.007	.016	.003	.049	.000	.017	.007	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X10	Pearson Correlation	.422**	.392**	.460**	.418**	.464**	.453**	.534**	.753**	.434**	1	.682**	.691**	.576**	.836**	.482**	.559**	.541**	.697**	.518**	.402**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.001	.002	.000	.001	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X11	Pearson Correlation	.203	.282*	.200	.282*	.276*	.534**	.365**	.580**	.295*	.682**	1	.581**	.722**	.603**	.493**	.381**	.411**	.560**	.521**	.368**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.145	.041	.152	.041	.045	.000	.007	.000	.032	.000		.000	.000	.000	.000	.005	.002	.000	.000	.007	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X12	Pearson Correlation	.296*	.395**	.341*	.339*	.320*	.261	.358**	.461**	.411**	.691**	.581**	1	.514**	.742**	.442**	.419**	.386**	.440**	.709**	.348*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.032	.003	.013	.013	.019	.059	.008	.001	.002	.000	.000		.000	.000	.001	.002	.004	.001	.000	.011	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X13	Pearson Correlation	.211	.339*	.182	.339*	.291*	.639**	.341*	.526**	.367**	.576**	.722**	.514**	1	.636**	.570**	.332*	.615**	.570**	.523**	.446**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.129	.013	.191	.013	.035	.000	.013	.000	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.015	.000	.000	.000	.001	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X14	Pearson Correlation	.284*	.334*	.334*	.280*	.402**	.325*	.371**	.614**	.329*	.836**	.603**	.742**	.636**	1	.557**	.545**	.574**	.657**	.615**	.398**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.039	.015	.015	.042	.003	.018	.006	.000	.016	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
X15	Pearson Correlation	.298*	.329*	.300*	.413**	.418**	.573**	.392**	.574**	.399**	.482**	.493**	.442**	.570**	.557**	1	.488**	.448**	.611**	.397**	.453**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.030	.016	.029	.002	.002	.000	.004	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.001	.000	.003	.001	.000

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

[illegible]

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Kepuasan konsumen

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.488**	.448**	.611**	.397**	.453**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.003	.001	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
Y2	Pearson Correlation	.488**	1	.406**	.652**	.462**	.438**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.001	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
Y3	Pearson Correlation	.448**	.406**	1	.582**	.427**	.512**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000	.001	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
Y4	Pearson Correlation	.611**	.652**	.582**	1	.370**	.751**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.006	.000	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
Y5	Pearson Correlation	.397**	.462**	.427**	.370**	1	.415**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.006		.002	.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
Y6	Pearson Correlation	.453**	.438**	.512**	.751**	.415**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.002		.000
	N	53	53	53	53	53	53	53
TOTALY	Pearson Correlation	.740**	.747**	.738**	.868**	.683**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53	53	53

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



B. Uji Reliabilitas

1. Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	53	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.00	.650	53
X2	3.85	.864	53
X3	3.89	.751	53
X4	3.85	.864	53
X5	3.77	.847	53
X6	3.72	.794	53
X7	4.02	.820	53
X8	3.68	.894	53
X9	3.81	.921	53
X10	3.85	.841	53
X11	3.92	.583	53
X12	3.77	.800	53
X13	3.83	.700	53
X14	3.81	.833	53
X15	3.72	.794	53
X16	3.68	.754	53
X17	3.98	.796	53
X18	3.64	.857	53
X19	3.77	.891	53
X20	3.85	.841	53

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	72.42	122.632	.646	.	.947
X2	72.57	119.404	.647	.	.946
X3	72.53	120.908	.660	.	.946
X4	72.57	118.173	.716	.	.945
X5	72.64	119.465	.658	.	.946
X6	72.70	120.176	.664	.	.946
X7	72.40	119.821	.661	.	.946
X8	72.74	115.544	.834	.	.943
X9	72.60	118.936	.626	.	.947
X10	72.57	117.750	.762	.	.945
X11	72.49	124.062	.612	.	.947
X12	72.64	120.811	.620	.	.947
X13	72.58	121.978	.640	.	.947
X14	72.60	119.052	.694	.	.946
X15	72.70	120.676	.634	.	.947
X16	72.74	120.929	.655	.	.946
X17	72.43	120.673	.632	.	.947
X18	72.77	116.486	.819	.	.944
X19	72.64	119.965	.595	.	.947
X20	72.57	118.173	.737	.	.945

1. Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	53	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1	3.72	.794	53
y2	3.68	.754	53
y3	3.98	.796	53
y4	3.64	.857	53
y5	3.77	.891	53
y6	3.85	.841	53

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



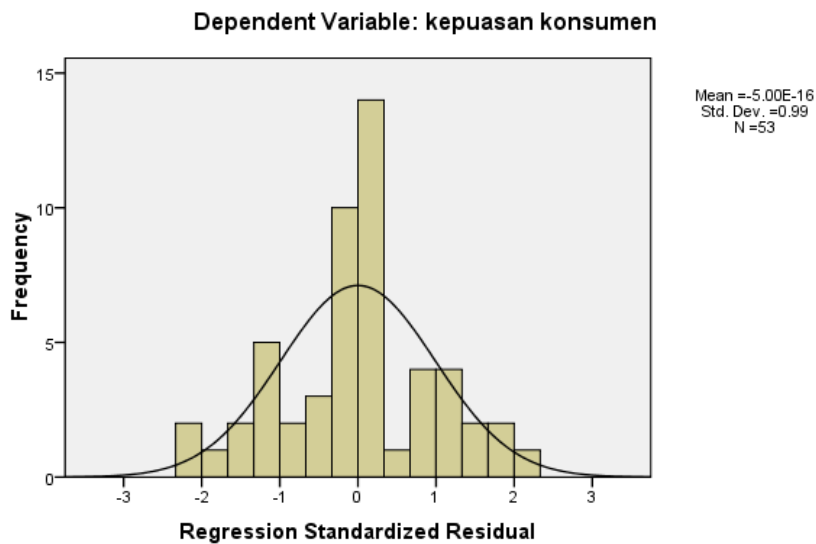
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	18.92	10.302	.618	.833
y2	18.96	10.422	.635	.830
y3	18.66	10.306	.614	.833
y4	19.00	9.231	.790	.799
y5	18.87	10.309	.520	.853
y6	18.79	9.821	.674	.822

C Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Histogram

Histogram

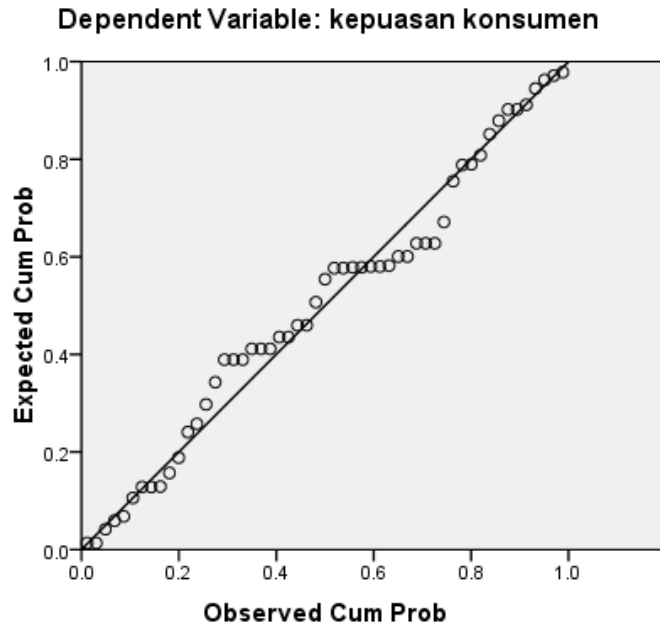


UIN SUSKA RIAU



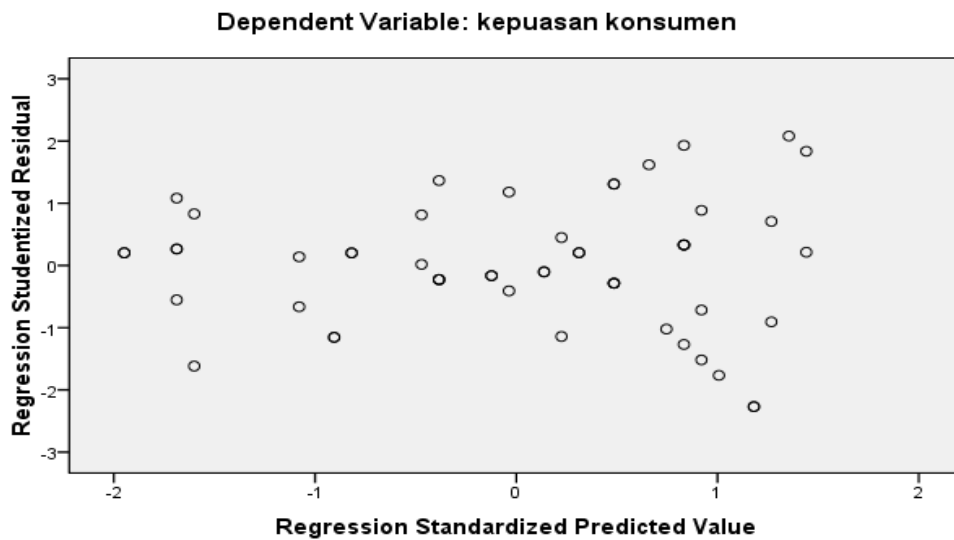
2. Uji Normalita P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



3. Uji Heterokdastisitas

Scatterplot



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Uji Hipotesis Penelitian

1. Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.838	1.183		.709	.482
	pelayanan	.307	.015	.942	20.061	.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.838	1.183		-.709	.482		
	pelayanan	.307	.015	.942	20.061	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.888	.885	1.27072

a. Predictors: (Constant), pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

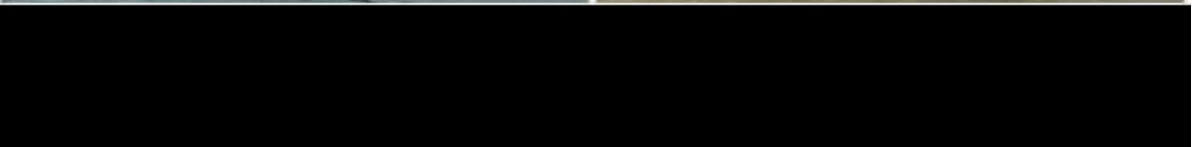
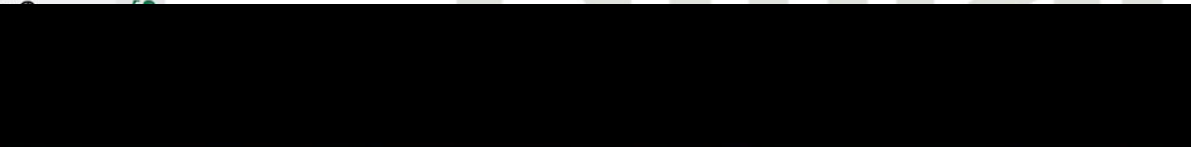
DOKUMENTASI PENEITIAN

DARBES STORE CABANG PEKANBARU

© H

Hak C
1. Dili

- a. Pengumpulan riaya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan naskah atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



f Kasim Riau

- a. Menyampaikan hasilya berupa laporan penemuan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan kurikulum atau jabatan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DARBES RAYA GROUP - MARTUHAN, MARJAYA

DARBES RAYA GROUP
Martuhan, Marjaya

Selamat Datang Di Website Kami

DARBES RAYA GROUP
Martuhan, Marjaya

DARBES RAYA GROUP adalah usaha di bidang pakaian, berpusat di kota Bandung. Di olah secara profesional dan modren, serta tredy. Kita beri yang berkualitas, untuk hasil yang berkelas.

KAMI PRODUKSI DAN TERIMA RESELLER, SELURUH INDONESIA

SIAP MELAYANI PEMESANAN PARTAI BESAR MAUPUN KECIL

Silahkan hubungi salah satu kontak resmi kami, untuk melihat produk yang ready stok setiap harinya.

7:55 0,00K/d 98%

Zian Reseller
07.35

Assalamualaikum 13.59

SELAMAT DATANG DI DARBES STORE 😊🙏

Bos DARBES nya sedang tidak pegang hp.. Ada yang bisa di bantu ? 😊

Tinggalkan aja pesan nya ya, Entar Saya Sampaikan. 🙏

Saya Asisten Pribadinya. Terima kasih 13.59 ✓

Bang udah nyampek paket atas nama Ziana? 13.59

Dimana bisa diambil bang? 14.14

Nomor kamu yang aktif mana dek 14.14 ✓

Soalnya di paket itu GK aktif dek. 14.15 ✓

Bntr bang 14.15

Ketik pesan

7:56 2,90K/d 98%

DA Barbara

Anda dan DA tidak terhubung di Facebook

Tinggal di Kota Medan

25 NOV PUKUL 14.23

Dapatkan Anda merekomendasikan sesuatu untuk saya?

Selamat Datang di Darbes Store
Ada yang bisa kami bantu ?

Silahkan kontak langsung ke akun WA Tim Admin kami ya bos. Untuk Informasi dan lainnya. Terima bos ku 🙏

Kontak Admin :
- Admin 1 DEFI : 0822-3826-9055
- Admin 2 EVI : 0831-6528-0740

08:21 68% 98%

Anda dalam Mode Data ? Buka Gratis

Cari

Darbes Store
Pakaian (Merek)

Disukai

Kirim Pesan

Ismail, Wulan, Putri, dan 1.491 lainnya menyukai ini

Beranda Postingan Saluran Foto Tentang Komun

Tentang Sarankan Pengeditan

<http://www.darbesstore.com/>

Kirim Pesan

Pakaian (Merek) · Distributor Pakaian

Lihat Semua >

Sarankan Editan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Darbes Raya dan 30 lainnya

Elisa Triyanti Brp
12m Suka Balas

Darbes Raya Elisa Triyanti 210 dek.

Ren
Size 38 ada bg
12m Suka Balas

Darbes Raya Ren hanya sampek 34 dek

Tulis komentar...

Balasan

Laily Q
Mantap bos.
13m Suka Balas

Darbes Raya
Laily Q iya bos... Itu bakal jadi hantag resmi kita... Jadi semua barang Darbes bakal pakek hantag resmi kita... Jadi bisa langsung tahu itu beda barang nya sama yang di jual orang bos.

Laily Q
Darbes Raya ok bos. Itu lebih mantap bos. Jadi orang pun tau mana yg berkualitas..

Tulis balasan...

Anda dalam Mode Data **Buka Gratis**

Darbes Raya
2 Nov 2019 pukul 19:21

Sedikit mau kasih tau. Biar yang kepo jadi tahu... Yang masih ragu join reseller mangkin yakin... Yang yakin biar semangkin semangat..

Kami Darbes Store punya 2 sistem pembayaran.
1. Via Transfer ke rekening resmi kami
2. Bayar Cash ke kantor langsung

Nah... Entah kenapa iseng iseng ja tadi buka dikit buku tabungan. Biar reseller semangkin yakin sedang bekerja sama dengan Darbes Store. Suplier yang komitment dan konsisten dalam bisnis.

Dalam 2 bulan lebih kurang kami bisa cetak 327 jt dalam sistem pembayaran Transfer
Terus cash nya berapa ???
😂😂😂 Anggap saja 75 jt hanya cash doank.

Artinya total seluruhnya ada lebih kurang 400 jt lebih kurang dana yang kami kelola... 😂😂😂..... Soooo.... Kamu masih ragu untuk berbisnis dengan kami ?????

#Join reseller silahkan inbox

BRI : 5283 - 01 - 030336 - 53 - 9
A.N : Fajar Ardiansyah Daulay

Anda dalam Mode Data **Buka Gratis**

Beranda Postingan Saluran Foto Tentang Komun

Barang: Jeans tepai premium
Bahan : jeans
Size : M L XL

Kode Harga Reseller : AEI
(Untuk Reseller tanya admin langsung cara baca kodenya ya bos. 😊)

Jadi reseller Kami. Kita rutin upload barang kok di FB : Darbes Store, Group Line, Group WA

Langsung komplit ter up date ya bos.
Untuk informasi tanya jawab dan order bisa melalui kontak admin.

Kontak Wa admin DARBES STORE.

ADMIN RESMI :
- Admin 1 (DEVI) : 082238269055
- Admin 2 (EVI) : 083165280740

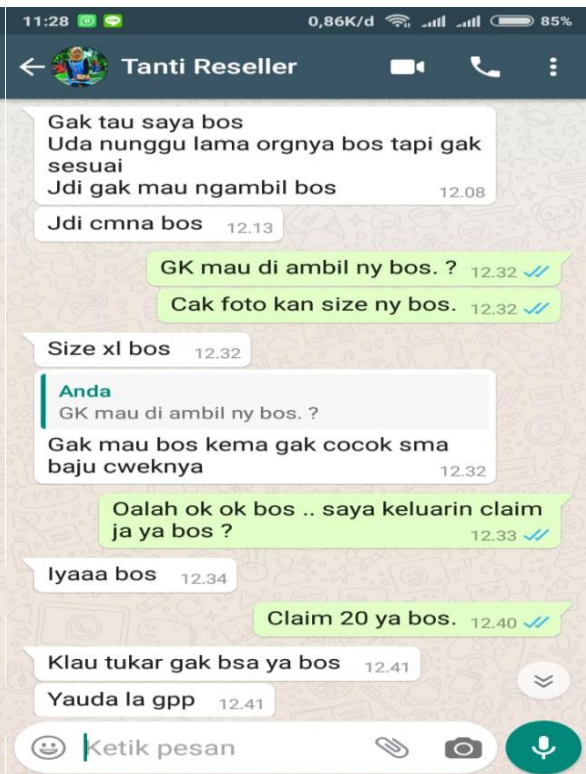
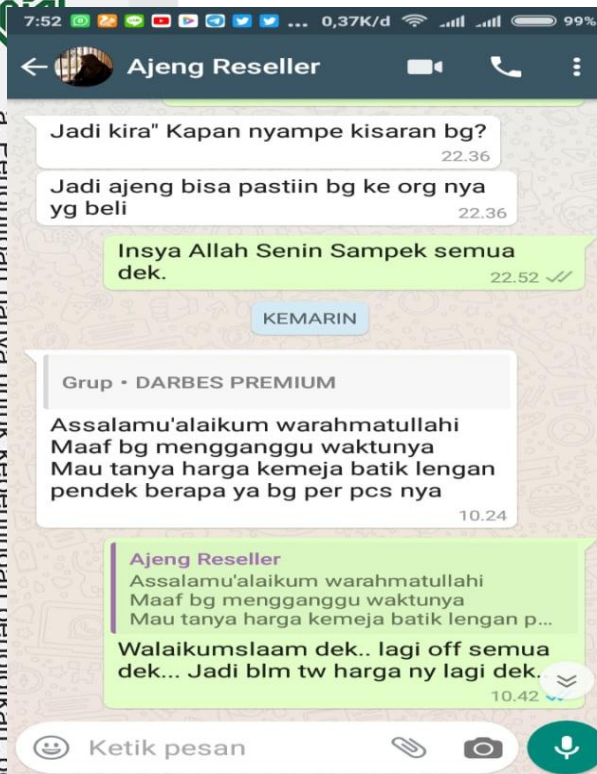
Fast Respon nya Di WA ya Bos... 🙌🙌

Darbes Store Mantap 🙌

Kirim Pesan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG PEKANBARU DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”** yang ditulis oleh:

Nama : **WAHYUNI RIZKA SUMANTRA**
NIM : 11525201678
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : **Senin, 30 Desember 2019**
Waktu : **08:00 WIB**
Tempat : **Ruang Peradilan Semu Fakultas Syariah dan Hukum**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 8 Januari 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Bambang Hermanto, MA

Sekretaris
Nuryanti, SE., ME. Sy

Penguji I
Syamsulrizal, SE., M.Sc.Ak.CA

Penguji II
Nurnasrina, SE., M.Si

Mengetahui :
Kepala Sub. Bagian Akademik

Jalinus, S.Ag.
NIP. 19750801 200701 1 023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM**

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Un.04/E.I/PP.00.9/9061/2019

Pekanbaru, 11 November 2019

Biasa
1 (Satu) Proposal
Mohon Izin Riset

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : WAHYUNI RIZKA SUMANTRA
NIM : 11525201678
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Jl Garuda Sakti Km 2 Perumahan UNRI BLOK A89

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
: Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usah Jual Beli Online Darbes
Store Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag.
NIP. 19580712 198603 1005

UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmtsp@riau.go.id Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/27707
T E N T A N G



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau**, Nomor : 04/F.I/PP.00.9/9061/2019 Tanggal 11 November 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

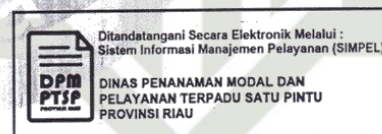
1. Nama : WAHYUNI RIZKA SUMANTRA
2. NIM / KTP : 11525201678
3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH
7. Lokasi Penelitian : USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 12 November 2019



Penyampaian :

Disampaikan Kepada Yth :

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ferry Firmansyah Daulay, S. Pd
 Jabatan : Pimpinan Darbes Store
 Alamat : Jl. Garuda Sakti KM 2, Perumahan UNRI Blok A89

Dengan ini menyatakan bahwa, benar telah menyelesaikan penelitian dan melaksanakan riset.

Nama : Wahyuni Rizka Sumantra
 Nim : 11525201678
 Pekerjaan : MAHASISWA
 Fakultas/ Jurusan : Syariah dan Hukum, Ekonomi Syariah
 Alamat : Jl. Garuda Sakti KM 1, Gg Mulya

Adalah benar telah melakukan pengambilan data dan penelitian di Darbes Store Cabang pekanbaru- Riau. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan dengan semestinya.

Pekanbaru, 22 November 2019



Ferry Firmansyah Daulay
 Pimpinan

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN SELESAI MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyuni Rizka Sumantra
 Nim : 11525201678
 Tempat/ tanggal lahir : Mulyo Rejo, 29 Maret 1997
 Program studi/ jurusan : Ekonomi Syariah
 Semester : IX
 No HP : 082276009232
 Alamat : Jl. Garuda Sakti KM 1, Gg Mulya

Dengan ini menyatakan, bahwa saya benar telah meneliti/ melaksanakan riset pada Darbes Store cabang Pekanbaru, Jl. Garuda Sakti KM 3, Perumahan Unri Blok A89

Nama tempat penelitian : Darbes Store
 Alamat : Jl. Garuda Sakti KM 3, Perumahan UNRI, Blok A89

Judul penelitian : Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Waktu penelitian : 18 Agustus – 20 November 2019

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan pembohongan/ penipuan terhadap pernyataan saya ini, maka saya siap menerima segala resiko.

Pekanbaru, 24 November 2019

Yang menyatakan

Wahyuni Rizka Sumantra

11525201678



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Halim H. M. I. UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Pengaruh Reabilitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
Pada Usaha Jual Beli Online Darbes Store Cabang Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah,
ditulis oleh saudara :

Nama : Wahyuni Rizka Sumantra
NIM : 11525201678
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada : Raudotorium Fasih Lt. III
Hari / Tanggal : Selasa, 21-05-2019
Narasumber : Devi Megawati, SE. I, ME.Sy

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Asfendi, S.Ag. M. Si
NIP. 19610918 198803 2 002

Pekanbaru, 3 Juli 2019
Narasumber

Devi Megawati, SE. I, ME. Sy
NIP. 19800829 200604 2 001

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM**

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. N A M A | : Wahyuni rizka sumantra |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11525201678 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Pengaruh reabilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jual beli online darbeg store cabang pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Selasa / 21 Mei 2019 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | : |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecalan masalah yang diteliti |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Devi Megawati, SE.I, ME.Sy

UIN SUSKA RIAU

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar
dikonsultasikan dengan WD I

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/7855/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
menerangkan bahwa :

Nama : WAHYUNI RIZKA SUMANTRA
N I M : 11525201678
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 31 JULI 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 27 September 2019
Dekan,

DR. Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP.195807121986031005

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **WAHYUNI RIZKA SUMANTRA**
 NIM : **11525201678**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 Judul : **PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
 PADA USAHA JUAL BELI ONLINE DARBES STORE CABANG
 PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing : **Bambang Hermanto, M. Ag**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 09 Januari 2020

An. Pimpinan Redaksi

M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP

Wahyuni Rizka Sumantra, (Rizka) anak pertama dari pasangan Juni Arriati dan M. Yusuf Emir yang dilahirkan di Mulyo Rejo, 29 Maret 1997. Menempuh pendidikan di TK Musa Adatul Islamiyah Kisaran tahun 2003, kemudia melanjutkan SDN 010097 Kisaran Timur tamat pada tahun 2009, setelah itu melanjutkan pendidikan di MTs dan MA di PONPES Daar Al Uluum Asahan Kisaran tahun 2009-2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) pada program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2019.

Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pesaguan, Kecamatan Pangkalan Lesung, Kabupaten Pelalawan dan Pengalaman Profesi Kerja Lapangan (PKL) diPT. BTN Syariah KCP Pekanbaru, Alhamdulillah, pada tahun 2019 penulis dapat menyelesaikan Strata-1 (S1) pada Program Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan berhak menyandang gelar Sarjana S.E.